

**JORNAL FORÇA D'OESTE, DE ITAPIRANGA (SC):
ANÁLISE DO FUNCIONAMENTO JORNALÍSTICO DE UM
VEÍCULO IMPRESSO LOCAL**

THAÍSA BORGES DOS SANTOS ROSSA

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo como requisito para aprovação na Disciplina de TCC I, sob orientação do Prof. Luís Fernando Rabello Borges e avaliação dos seguintes docentes:

Prof. Luís Fernando Rabello Borges
Universidade Federal de Santa Maria
Orientador

Prof. Carlos André Echenique Dominguez
Universidade Federal de Santa Maria

Prof. José Antônio Meira da Rocha
Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Elias José Mengarda
Universidade Federal de Santa Maria
(Suplente)

Jornal Força D'Oeste, de Itapiranga (SC): análise do funcionamento jornalístico de um veículo impresso local

Thaísa Borges dos Santos Rossa
Luis Fernando Rabello Borges (orientador)

Resumo: Este trabalho apresenta um estudo sobre jornalismo impresso e local, a partir de análise do Jornal Força D'Oeste, de Itapiranga (SC). Primeiramente, são abordados na fundamentação teórica aspectos e características gerais da mídia impressa, como critérios de noticiabilidade, relacionando-os com o jornalismo local e de interior, como é o caso do jornal itapiranguense. A segunda parte do trabalho é a análise quantitativa e qualitativa específica do veículo, onde são examinadas características do jornal, como abrangência, espaço cedido para cada município de sua área de abrangência (extremo-oeste de Santa Catarina e noroeste do Rio Grande do Sul), critérios de seleção das notícias, linha editorial e características gerais que definem a proposta do veículo, e como fazer jornalismo impresso em uma cidade interiorana com pouco mais de 16 mil habitantes. A análise foi feita durante o período de 01 a 29 de abril de 2011, abrangendo 5 edições deste jornal semanal.

Palavras-chave: jornalismo impresso; jornalismo local; critérios de noticiabilidade; Força D'Oeste.

Introdução

A arte de fazer jornalismo é sem dúvida atrelada a vários conceitos e elementos que lhe foram definindo, e que vêm se modificando ao longo do tempo e da história dos meios de comunicação. O que é jornalismo? Há vários conceitos para jornalismo, mas o essencial é você narrar, contar e ir atrás de histórias e fatos reais que sejam de interesse público, para informar à sociedade. Dentro do jornalismo entra muitas outras questões, artes e atividades que o complementam, sejam elas de entretenimento, publicidade, a escolha de como e em qual veículo fazer jornalismo, e também pontos fundamentais para qualquer profissão: ética, estudos aprofundados, e práticas referentes ao jornalismo em geral.

Neste trabalho, falaremos de uma das formas e áreas do jornalismo: a mídia impressa, especificamente o jornal Força D'Oeste. Escolhi este veículo por ser mais próximo da nossa realidade de jornalismo, ou seja, a proximidade e o fato do jornal ser de uma cidade interiorana nos dá uma noção mais exata de como é o fazer jornalismo em cidades menores, como o caso de Itapiranga. Depois, até onde me consta, ainda não há qualquer estudo a respeito do jornalismo praticado na região composta pelos municípios abrangidos pelo jornal, pertencentes ao extremo-oeste de Santa Catarina e ao noroeste do

Rio Grande do Sul – e divididos apenas pelo Rio Uruguai. Jornalismo este representado, aqui, pelo impresso semanal Força D'Oeste, que abrange, além da própria cidade de Itapiranga (SC), mais 6 municípios: Iporã do Oeste, Santa Helena, São João do Oeste e Tunápolis, pelo lado catarinense, e Pinheirinho do Vale e Barra do Guarita, pelo riograndense.

Para efetuar minha análise, peguei as 5 edições do mês de abril do jornal (semanal) e, página por página, fui detectando características, critérios, formato e linha editorial que o jornal segue, dentre outros pontos, como abrangência, espaço cedido para cada município, abordagens principais e a “cara” específica do veículo. Enfim, analisei o funcionamento do Força D'Oeste, análise complementada por entrevista com o editor-chefe do jornal, Rafael Stuelp.

Perguntei antes o que vem a ser jornalismo, agora interrogo-os: o que é um jornal? É um meio de comunicação impresso, resultado de um conjunto de atividades jornalísticas, ou seja de jornalismo, que traz, em seu conteúdo e forma de realizar o mesmo, inúmeros elementos e características da categoria.

Jornalismo impresso e critérios de noticiabilidade

O jornalismo impresso apresenta características próprias, como a sua linguagem, dentro daquilo que se entende por linguagem jornalística, o modo de produção e ferramentas utilizadas na produção de notícias. Os jornais de papel, como podemos chamá-los também, em sua maioria, apresentam um conteúdo bem variado, pois publica notícias e opiniões que abrangem diversos e diferentes interesses sociais.

Para Ricardo Noblat, “de forma simplificada, notícia é todo fato relevante que desperte interesse público, ensinam os manuais de jornalismo. Fora dos manuais, notícia na verdade é tudo o que os jornalistas escolhem para oferecer ao público” (2008, p. 31). Dizer que notícia é tudo que desperte interesse do público certamente soa muito vago, pois não é possível saber com certeza o que realmente é de interesse do público. Quem decide isso é o jornalista.

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’ (NOBLAT, 2008, p. 63).

Para Nelson Traquina (2005), os critérios de noticiabilidade servem para que os jornalistas possam classificar com mais facilidade as notícias dentro de padrões pré-definidos e adotados como modelos pela “tribo jornalística”, para que elas possam ser enquadradas em determinada categoria. É o mesmo conceito que adota Mauro Wolf, que define a noticiabilidade como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimento, dentre os quais há que selecionar as notícias” (2003, p. 86). Isso pode gerar problemas, como descreve Noblat: “Os leitores acham que o cardápio dos jornais está mais de acordo com o gosto dos jornalistas do que com o gosto deles. E que a visão que os jornalistas têm da vida é muito distante da que eles têm” (2008, p.15). Isso ocorre devido às distorções decorrentes da seleção equivocada dos assuntos que são escolhidos e eleitos como notícia pelos jornalistas.

Existem inúmeros critérios de noticiabilidade, e, como explica Traquina (2008), Galtung e Ruge foram os primeiros a tentar classificar e analisar esses critérios.

Quando analisei o jornal, foi necessário estar claro quais são estes critérios utilizados para então entender como foram classificadas as matérias, notícias, que seriam ou não veiculadas. Quando falo em critérios de noticiabilidade, estou me referindo ao conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, deve ou não se tornar notícia. Para Galtung e Ruge (*apud* TRAQUINA, 2008), de um modo geral estes critérios são: frequência, amplitude, clareza, significância, consonância, inesperado, continuidade e composição, dentre outros.

A notícia é alma do negócio, pode-se dizer, e ela implica muitas questões e critérios como os mencionados acima. Nilson Lage, em seu livro “Estrutura da Notícia” (2002), nos dá noções de como desenvolver e estruturar um texto com caráter jornalístico. A notícia em seu livro é tratada com outras formas de texto, e segundo o contexto de sociedade moderna. Lage (2002) ressalta que a língua não é apenas um instrumento de comunicação, mas também o espaço de uma organização do mundo, a cultura. Ele fala em seu livro também que o texto escrito deriva da linguagem falada, que leva o registro para além do ambiente do discurso, no espaço e no tempo. O autor retrata a dificuldade da comunicação na Idade Média, quando as informações para as pessoas vinham através de decretos, proclamações e sermões da igreja. Como já citado aqui, estamos numa época na qual ou você se mantém informado, ou pára no tempo. Todos os dias acontecem milhares de fatos, importantíssimos e de interesse das populações como um todo e para a sobrevivência da

mesma. Ou seja, estamos no auge da comunicação e informação mundial. Ao falar da imprensa americana, Lage (2002) comenta que, nos anos de Hearst e de Pulitzer, a imprensa americana adquiriu um novo aspecto, dando ênfase às histórias sentimentais e criminais que distraem e, ao mesmo tempo, projetam aspirações e angústias das grandes massas. Foi o tratamento emocional desses temas que gerou o que se chama de imprensa sensacionalista, com característica competitiva, voltada à coleta de informações a qualquer preço e, eventualmente, mentirosa.

Há três fases fundamentais para o processo de produção da notícia: seleção dos eventos, a ordenação dos mesmos e a nomeação. Quanto ao *lead* (primeiro parágrafo de uma notícia, contendo as informações essenciais, a partir da resposta a 6 perguntas básicas: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?), Lage (2002) enfatiza noções específicas, como a de usar palavras acessíveis e curtas, para maior compreensão do leitor ou ouvinte. Para o autor, a notícia em impresso é algo que se deu ao longo do tempo e reflete um determinado tipo de organização de uma sociedade. A massa para quem e com quem falamos não é passiva, e questiona-nos constantemente. “A experiência de quatro séculos de imprensa mostra que o público pode ignorar métodos e fatos, pode ser crédulo e de boa fé, mas não é tolo” (LAGE, 2002, p.44).

Enfim, Lage comenta que “aprende-se a escrever notícias como se aprende a andar, tentando e levando tombos” (2002, p.45).

Jornalismo local

Mesmo com todo o desenvolvimento dos grandes meios de comunicação de massa, como o rádio, a televisão e a internet, além dos próprios veículos impressos (jornais e revistas), e da possibilidade de abrangência em nível nacional e mesmo internacional por parte desses meios, a produção local e regional nunca esteve ausente de qualquer um desses suportes.

Mas o que é mídia local? Cicilia Peruzzo, em seu artigo “Mídia local e regional: aspectos conceituais e tendências” (2005), fala sobre características e conceitos que definem mídia local, regional, comunicação comunitária, proximidade, entre outros termos referentes ao jornalismo local. Mídia local, para ela, é a que atinge um espaço determinado, sendo este local ou regional, baseada em informação de proximidade. Esse conceito de proximidade, quando tratado em relação à mídia local, diz respeito a laços familiares e à singularidade de uma determinada região (PERUZZO, 2005). Os conteúdos divulgados na

mídia local, normalmente, são aqueles que ganham pouco espaço nos grandes meios de comunicação de massa. Em geral, são assuntos mais específicos da cidade ou região de abrangência, e que possuem relação direta com a vida da população local. Por conta desse aspecto, o veículo de comunicação local é o que retrata e mostra melhor a vida e todas as questões sociais, culturais, econômicas de um determinada região, cidades, vilas, bairros etc. Mesmo sendo local, essa produção aparece em produtos jornalísticos de âmbito regional e nacional, que destinam um curto espaço para notícias locais. Os jornais e programas de rádio e TV locais dão preferência a conteúdos jornalísticos que retratem a realidade e os acontecimentos próximos, ou da cidade sede do veículo, e municípios vizinhos a esta.

Segundo Cicilia Peruzzo (2005), há muitas questões teóricas relacionadas à comunicação local e comunitária que acabam se confundindo. Para ela, existe um processo de mobilização e atualização social, baseado em interesses sociais, organizações e movimentos populares, que fizeram surgir um novo tipo de comunicação comunitária, que também pode ser chamada de participativa, alternativa e popular. Porém, a autora afirma que nem toda comunicação local pode ser chamada assim.

Conforme anteriormente já foi mencionado, esses conceitos se confundem devido às relações que apresentam (sendo estas de fronteiras) entre o local, regional e comunitário, assim como vínculos e interesses que se assemelham. Porém, saber estabelecer essas diferenciações não é tão simples.

Para Cicilia Peruzzo (2005), uma das respostas está nas relações global-local, local-regional-nacional, local-comunitário e local-global que envolvem os meios de comunicação. A mídia local e comunitária, segundo a autora, diz respeito à questão das fronteiras, e, ao mesmo tempo, a quebra de fronteiras. “A mídia já tem por praxe transgredir fronteiras, de espaço ou de tempo, no âmbito regional estas se tornam ainda mais tênues” (PERUZZO, 2005, p. 73). Ela traz ainda o conceito de Alain Bourdin (2002), segundo o qual é impossível definir fronteiras precisas entre o regional, o local e o comunitário, e que este é válido também para os meios de comunicação.

Além desta questão de fronteiras, há um outro aspecto fundamental para definir os conceitos de comunitário, local e regional, que é a questão do território geográfico. Porém, isso não envolve exatamente questões geográficas, e sim um novo tipo de território, baseado em cultura, ideologia, idiomática e circulação da informação (PERUZZO, 2005). Além destes aspectos, merecem ser destacados pontos como familiaridade, proximidade de interesses políticos, econômicos e culturais, entre outros, tão importantes quanto os de base

física. Por último, não se pode deixar de falar em globalização, fenômeno que impulsiona um revalorização do local, ao invés de atrasá-lo. “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, p. 74). O jornalismo local tem por base a informação que ocorre na cidade ou próxima a ela.

A tarefa de fazer jornalismo local não é fácil, primeiro pela dificuldade em encontrar profissionais qualificados, e segundo por estes veículos locais em sua grande maioria não possuírem um poder econômico grande para conseguir comprar equipamentos avançados que contribuem para a prática e técnica de produção de notícias e reportagens. Além desses problemas, outro fator que contribui para essa dificuldade de se fazer jornalismo local é a pressão política existente em cidades menores, que forcem jornais desprovidos de estrutura empresarial mais sólida a beneficiar aqueles que têm mais poder e lhe sustentam.

O jornalismo local, portanto, é aquele que busca retratar a realidade local, como é o caso dos veículo analisado no presente artigo, trabalhando com a relação de proximidade. Ele tem a capacidade de mostrar melhor a realidade de determinadas regiões, municípios, vilas, bairros, do que qualquer outro meio. Como já foi dito, às vezes o fato de ser local acaba favorecendo distorções de notícias por interesses políticos, partidários e econômicos, mas privilegia as pessoas por poderem acompanhar os fatos de forma mais direta. Essas questões político-partidárias revelam uma tendência do jornalismo local de hoje, pois, quanto menor a cidade, mais forte são esses laços políticos e mais influência sob a sociedade, o que acaba fazendo com que a informação perca um pouco de sua qualidade. Isso se resume em dar um tratamento mais tendencioso à notícia, ou seja, deixando a imparcialidade de lado, em decorrência de tais ligações. Outra tendência que o jornalismo local adquire é o uso dos press-releases enviados pelas assessorias de imprensa, dos poderes executivos e legislativos principalmente, assim como das grandes empresas. Cicilia Peruzzo (2005) traz essa questão fazendo referência ao que Vângela de Moraes comenta sobre o uso das assessorias de imprensa no jornalismo local. “A autora vê as assessorias de comunicação locais como agentes diretos da notícia, mediante releases ou informações mediadas pelos assessores, além de um jornalismo declaratório, preso por excelência às fontes oficiais” (PERUZZO, 2005, p. 15). Outra tendência do jornalismo local comentada por Cicilia Peruzzo (2005) é a falta da ampla cobertura e de apuração de acontecimentos em níveis local e regional. Para ela, a parte das coberturas jornalísticas é pequena por falta de profissionais, e muitas vezes estes são despreparados para o exercício

do jornalismo. Outro ponto que influencia na produção das notícias é a questão administrativa, que afeta diretamente no trabalho jornalístico dos veículos de cidade menores. “Donos de veículos locais aceitam com naturalidade o exercício de um jornalismo baseado em fontes oficiais, já que isso garante a sobrevivência do veículo” (PERUZZO, 2005, p. 81).

Essas são algumas características que a maioria dos veículos locais apresentam, e que definem o modelo de jornalismo usado pelos mesmos (PERUZZO, 2005). Há ainda outras características, mas as citadas acima são as que estão mais em jogo quando da análise de jornais locais como o Força D’Oeste, objeto deste trabalho.

Análise do jornal Força D’Oeste

Para a realização deste trabalho, escolhi analisar o jornal Força d’Oeste, fundado em 28 de maio de 1997 e – conforme consta no expediente das 5 edições analisadas – com uma tiragem de 4.000 exemplares. Um dos motivos que me levou a essa escolha foi o fato de o jornal estar localizado próximo a mim, moradora de Barra do Guarita, um dos municípios abrangidos pelo veículo e que faz divisa com a cidade sede do mesmo, a catarinense Itapiranga (situando-se do outro lado do Rio Uruguai), o que me possibilita ter um contato maior com o jornal. Além disso, estudar o jornalismo praticado especificamente na região do extremo-oeste catarinense e noroeste gaúcho (e materializado pelo jornal impresso semanal Força D’Oeste) trata-se de algo ainda não realizado, um estudo diferenciado e que retrata mais a realidade que vivenciamos em termos de jornalismo, trabalho, funcionamento, critérios de seleção de notícias de produtos jornalísticos do interior.

Cidade sede do jornal, Itapiranga possui cerca de 16.000 mil habitantes. A base de sua economia é a agropecuária, com destaque à avicultura, bovinocultura de leite, suinocultura, cultivo de milho, fumo e dos mais variados produtos agrícolas. A base da geração de empregos está na indústria de transformação, que compreende a agroindústria, abatedouros, indústrias de móveis, estofados e marcenarias. A maior agroindústria instalada no município é a Seara – que movimentava grande parte da economia e atua no ramo de exportação de aves. Assim como Itapiranga, as cidades vizinhas de abrangência do jornal – tanto as catarinenses quanto as gaúchas – têm como base econômica a agricultura e a agroindústria.

Partindo para uma análise quantitativa do jornal, percebi que nas 5 edições a editoria de agricultura teve um espaço de 2 a 3 páginas no jornal, o que equivale de 2 a 4 matérias, conforme o tamanho delas. Nessa parte de agricultura, é cedido também um espaço para eventos e informes da área, ocupando 1 página de cada edição. Um exemplo dessa ocorrência é a matéria da 1ª edição analisada, de 01 de abril, publicada na página 03, que fala sobre a distribuição de água para bezerras: “Animais que recebem água desde a primeira semana de vida apresentam desempenho superior aos observados em animais que recebem água somente pelo fornecimento de leite [...]”. Outro exemplo, na mesma página do mesmo jornal, é a matéria que fala sobre um curso de jardinagem ressaltando a importância de se manter um jardim organizado em casa: “Conforme as integrantes dos NFC’s, o curso é de suma importância para organizar os jardins de nossas casas, para que cada vez possamos nos sentir melhor em nossas propriedades”.

As matérias em geral possuem três parágrafos, e a grande maioria apresenta entrevistas ou colaboradores, como é o caso de matéria sobre o acesso à água pelos animais, alimentos e outras questões relacionadas a meio ambiente e qualidade de vida “Conforto significa acesso a água e alimentos de qualidade, ambiente seco e controle de extremos de temperatura. Portanto, água fresca e limpa deve ser colocada à disposição dos animais nos primeiros dias de vida. Colaboração Joel Tepe. Trechos adaptados de Sandra Gesteira Coelho, professora da Escola de Veterinária da Universidade Federal de Minas Gerais e Flavia Adriana Pereira Vilela, Doutora em Ciência Animal”. Temos mais um exemplo disso em matéria da 5ª e última edição analisada, do dia 29 de abril, página 04, que fala de uma cooperativa agrícola familiar que está de aniversário. “Para comemorar o quinto aniversário da Cooperativa Familiar de Iporã do Oeste-Coafio, foi inaugurado no início do mês de abril, o Centro de Atendimento ao Associado”. As matérias com colaboração são feitas em parceria entre repórteres, profissionais da área abordada, ou instituições. Matéria de eventos ou cedidas pelas empresas são assinadas como divulgação. Temos um exemplo disso no convite que uma igreja faz para a população participar de seus cultos, que está na mesma edição de 29 de abril, página 31: “Conforme o pastor, esse trabalho de âmbito nacional acontece em todas as igrejas do Evangelho Quadrangular até dia 15 de novembro. As portas da igreja estão abertas para todos. Venha conhecer nosso trabalho”.

O jornal Força D'Oeste e suas editorias

As editorias de informes, assessoria de imprensa e opinião tiveram 1 página disponível por edição. Na editoria de opinião, o tradicional e fixo “Passando a Limpo” ocupa um espaço de quase meia página no canto direito do jornal. Um exemplo aparece na 2º edição, do dia 08 de abril, página 38: “A sexta Efrait [Exposição Feira Regional, Agroindustrial, Comercial e Agropecuária de Itapiranga] promete! Número recorde de expositores, shows de bom nível, excelente organização nos levam a acreditar que esta deve ser a maior de todas as edições. Segundo os organizadores, a expectativa de negócios supera 10 milhões”.

A editoria geral aparece em várias páginas, às vezes nas primeiras e também no meio do jornal em algumas edições. Segundo o editor-chefe do jornal, Rafael Stuelp, esta é uma editoria que varia muito, e não há como selecionar o que vai entrar nela ou não. “É bem geralzão mesmo, tudo que tiver vai ali na editoria de geral, por conta disso é que não tenho como classificar quantas páginas, quais notícias entram nela ou não, varia”, comenta. Na 1º edição, de 01 de abril, essa editoria apresentou 10 matérias mais as colunas de opinião, equivalendo a 4 páginas. Essa variação por parte da editoria se comprova porque foi apenas nesta edição citada acima que ela teve 4 páginas, enquanto nas demais foram apenas 1 ou 2 por edição. Já a editoria “Empresas e negócios” ocupa bastante espaço, cerca de 2 a 4 páginas, e nela inclusive são inseridos cadernos especiais, como o da Efrait, que fala dos preparativos e do que foi feito de diferente para a edição de 2011 e as diversas atrações da feira. “Uma das novidades deste ano, além da exposição agropecuária, será a presença de flores, que deve agradar e propiciar um ambiente favorável à feira. Conforme Nelson Arenhart, do setor de Urbanismo, foram utilizadas 30 mil mudas de flores para colorir diversos canteiros, vasos e jardins na cidade e na feira. Tudo para proporcionar um ambiente aconchegante para que os visitantes levem uma boa impressão de Itapiranga”. Outro exemplo está na 5º edição, de 29 de abril, página 02, no caderno em comemoração aos 22 anos de emancipação do município de Tunápolis. “A comunidade de Tunas, município de Itapiranga, fora elevada à categoria de distrito em fevereiro de 1961. Em maio de 1987, após contato com diversas lideranças resolveram discutir a possibilidade de emancipar ou não Tunas de Itapiranga. Após várias discussões perceberam que era de extrema importância emancipar Tunas, pois o movimento econômico gerado estava no auge, em virtude da produção da madeira, da indústria e comércio e pelo potencial agrícola diversificado”. Podemos relacionar esse grande espaço a tais editorias mencionadas anteriormente ao fato de o jornal ter uma linha editorial baseada também na questão

comercial. Pode-se perceber que as matérias em sua maioria são de empresas agrícolas, devido ao público-alvo ser predominantemente do meio rural, segundo o editor-chefe Rafael Stuelp. Mais um exemplo disso podemos ver na 2º edição, de 08 de abril, página 04, em matéria sobre a Mecânica Thesing: “Mecânica de La. Aparecida desenvolve projeto e fabrica equipamento que auxilia no trato dos animais e faz toda limpeza da estrebaria. A Atividade que demandava duas horas, agora leva em torno de 15 minutos. O inventor do equipamento é Armindo Sehn e a máquina foi patenteada, somente a Mecânica Thesing está autorizada a fabricá-la”.

A editoria de saúde, nas 5 edições, teve um espaço que equivale a 1 página, ou de 2 a 4 matérias, dependendo de suas dimensões. É o que acontece na 5º edição, de 29 de abril, página 14, em que a editoria possui 4 matérias curtas como a da vacinação contra a gripe. “A Secretaria da Saúde aplicou nesta semana, a vacina contra a gripe (Influenza), em todos os idosos acima de 60 anos, crianças com até dois anos e gestantes no interior do município”. Outra editoria com bastante conteúdo é a de educação, apresentando entre 2 a 4 matérias em cada edição. Essa mesma editoria teve na 3º edição, do dia 15 de abril, duas páginas (07 e 08) com o governador do estado de Santa Catarina, Raymundo Colombo, inaugurando obras do setor, nos municípios de Itapiranga, São João do Oeste e Tunapólis. “O ato solene foi prestigiado por autoridades locais, regionais, comitiva do governador, secretário estadual de educação Marcos Tebaldi, deputados Mauro de Nadal, Mauricio Eskudlarkv e Gelson Merisio, deputado federal Celso Maldaner e público em geral”.

Outra editoria com grande número de matérias é a de esporte, devido à grande participação e envolvimento das pessoas na área esportiva. Nas edições que analisei, a editoria apresentou de 2 a 4 páginas, sendo que a 3º edição, de 15 de abril, contou com 8 matérias, como a da conquista de Barra Grande, comunidade do interior de Iporã do Oeste, nos jogos Anuais Comunitários. “No domingo, 10, foram conhecidos os campeões dos Jogos Comunitários, evento que integrou 17 comunidades. Os 856 atletas divididos em 103 equipes, disputaram oito categorias”.

Na análise gráfica do jornal, pode-se destacar o colorido e o grande uso de imagens, fotos e gráficos. O uso de gráficos se dá de forma simplificada, facilitando o entendimento do leitor, como os gráficos de previsão do tempo, simples e com poucas informações. As propagandas e anúncios de patrocinadores ficam na parte superior e inferior do jornal.

Distribuição do espaço do jornal entre seus municípios de abrangência

Analisando particularmente o espaço e os assuntos abordados para cada município abrangido pelo jornal, pode verificar que a grande maioria das reportagens é voltada aos mesmos conteúdos. Em Itapiranga, Iporã do Oeste, São João do Oeste, Santa Helena e Tunápolis, prevalecem assuntos de divulgação de eventos, informações sob suas respectivas cidades (política, educação etc.) e desenvolvimentos de agricultura, agroindústria e comércio. As matérias procuram promover um reconhecimento dos potenciais das cidades.

Na 1º edição analisada, de 01 de abril, fazendo um comparativo do espaço e números de matérias para cada cidade, Iporã do Oeste e São João do Oeste tiveram maior espaço nas páginas do jornal, com 11 matérias publicadas cada. Tunápolis teve nesta mesma edição 9 matérias. Cidade sede do jornal, Itapiranga contou com um número menor, 7 matérias, mas acrescida de uma reportagem especial de 7 páginas falando da comemoração dos 85 anos da primeira missa celebrada na cidade. De qualquer forma, esta foi a única das 5 edições analisadas em que Itapiranga não apresentou o maior número de matérias. Mondaí teve 4 matérias no jornal, e Santa Helena, 2. Do outro lado do Rio Uruguai, Pinheirinho do Vale foi o município mais contemplado, com 6 matérias, o maior número recebido pelo mesmo dentre todas as edições analisadas. Já Barra do Guarita aparece em 2 matérias. No total desta edição, tirando informes, editoria de empresas e negócios, entretenimento, colunas de opinião e diversos, foram publicadas 52 matérias ao longo de suas 40 páginas.

Iporã do Oeste e São João do Oeste ficaram com um percentual de 21,1% das matérias publicadas na edição; Itapiranga, 15,3 %; Pinheirinho do Vale, 11,1%; Mondaí, 7,6%; Santa Helena e Barra do Guarita, 3,8% cada. Esses percentuais correspondem a um total de 63,1% somente de matérias, enquanto o restante do espaço foi designado à parte das diversidades, informativos, colunas de opinião e diversos citada anteriormente.

Na 2º edição, de 08 de abril, Itapiranga recebeu 13 matérias mais um caderno especial sobre a festa da cidade, a Efraim, que ocupou 12 páginas do jornal. Iporã do Oeste contou com 10 matérias publicadas. São João do Oeste, Santa Helena e Tunápolis apareceram nesta mesma edição, cada uma, com 7 matérias. Mondaí foi a cidade catarinense menos contemplada: 2 matérias. Da parte dos municípios gaúchos, apenas Pinheirinho do Vale aparece representando esta edição, com 3 matérias, enquanto Barra do Guarita simplesmente não aparece.

No total, foram publicadas 50 matérias, com Itapiranga ficando com um percentual de 28%; Iporã do Oeste, 20%; São João do Oeste, Santa Helena e Tunápolis, 14 % cada; Pinheirinho do Vale, 6 %; Mondaí, 4%; e Barra do Guarita, 0%.

Na 3º edição, de 15 de abril, variam novamente o número e o espaço cedido para cada município. Itapiranga foi abordado em 12 matérias e, novamente, em mais um caderno especial, ocupando 10 das 40 páginas do jornal, agora para tratar dos resultados da Efrat divulgada na edição anterior, de 08 de abril. Iporã do Oeste contou com 7 matérias; Tunápolis com 6; São João do Oeste, 5; Pinheirinho do Vale (RS), 3; e Santa Helena, apenas 1. Barra Do Guarita novamente não foi contemplada, assim como a catarinense Mondaí.

Em um total de 37 matérias, Itapiranga ficou com porcentagem de 37,8% das matérias; São João do Oeste, 16,2%; Iporã do Oeste, 13,5%; Pinheirinho do Vale, 8,1%; Santa Helena, 2,7%; Barra do Guarita e Mondaí, 0%.

Na edição 4, de 21 de abril, novamente é cedido um espaço maior para o município sede, ou seja, Itapiranga, com 9 matérias, sem contar os informes e as matérias de assessoria. Tunápolis nesta mesma edição foi abordada em 8 matérias, assim como São João do Oeste. Iporã do Oeste apareceu em 7 materias, Pinheirinho do Vale em 3, Mondaí e Santa Helena em 2, e Barra do Guarita novamente não teve nenhuma matéria publicada. O jornal apresentou um total de 39 matérias, publicadas em 32 páginas, não contando entretenimento, informes, colunas de opinião, assessoria de imprensa e diversos.

Destas 32 páginas, Itapiranga ocupou um percentual de 23%; Tunápolis e São João do Oeste, 20,05%; Iporã do Oeste, 17,9%; Pinheirinho do Vale, 7,6 %; Mondaí e Santa Helena, 5,1% cada; e Barra do Guarita, 0%. Os outros 26% foram destinados aos assuntos de variedades citados anteriormente.

Na 5º e última edição analisada, de 29 de abril, Itapiranga teve 12 matérias publicadas no jornal, São João do Oeste recebeu 8 e Iporã do Oeste aparece em 7 matérias. Tunápolis foi abordada em apenas 3 matérias, mas em compensação recebeu um caderno especial em comemoração ao aniversário da cidade, que ocupou 8 das 40 páginas desta edição do jornal. Santa Helena e Pinheirinho do Vale aparecem, ambas, em apenas 1 matéria. E Barra do Guarita, novamente, nenhuma. No total, foram publicadas 36 matérias.

Desse total de matérias, Itapiranga ocupou um percentual de 33,3%; Iporã do Oeste, 19,4%; São João do Oeste, 22%; Tunápolis, 11,1%; Santa Helena e Pinheirinho do Vale, 2,7%; e Barra do Guarita, 0%. Vale lembrar que aqui só estão sendo contabilizadas as matérias – o restante ficou para as editorias diversas citadas anteriormente.

Processos de produção do jornal Força D'Oeste

A partir desse conjunto de dados levantados, o editor-geral do Força D'Oeste, Rafael Stuelp, falou sobre o funcionamento geral do jornal, abordando itens como o trabalho dos repórteres, classificação e critérios de noticiabilidade utilizados e linha editorial, entre outros. Sobre os critérios de noticiabilidade, o editor diz não existir um critério específico nessa escolha e nem um espaço determinado para os municípios de abrangência do jornal. Tal espaço é definido de acordo com o que cada município oferece de material noticioso.

Na escolha das matérias, segundo Rafael Stuelp, o repórter de cada cidade tem autonomia para decidir e classificar o que vem ou não a ser notícia em seu respectivo local de trabalho. Contudo, Rafael deixa claro que essa escolha é realizada de acordo com a importância de determinado assunto ou acontecimento para o município, com a percepção dessa importância também ficando a cargo do respectivo repórter. Rafael diz não ter aquele papel de chefe, que barra as matérias, ficando mais com a parte de revisar e dar sugestões quando considera necessário.

Na visão do editor-chefe, em um jornal de interior não é possível e nem há mercado para o repórter ser “só” repórter, por uma questão de sobrevivência do próprio jornal. “Aqui, o cara tem que ser generalista, saber fazer de tudo um pouco, ser repórter, diagramador, vendedor inclusive”, enfatiza Rafael Stuelp.

Da mesma forma que no caso dos critérios de noticiabilidade, Rafael considera que o jornal não apresenta uma política e uma linha editorial definidas. Para ele, porém, o diferencial do Força D'Oeste é a produção própria de notícias. “Enquanto alguns outros jornais locais priorizam ceder espaço para assessoria, o Força D'Oeste tem como objetivo principal divulgar notícias inéditas e de autoria dos próprios repórteres, e, em casos de optar por notícias de assessoria e outras, em primeiro lugar estão as produções do jornal”, comenta o editor-chefe. Em relação à seleção de matérias, a proximidade é levada muito em conta.

O trabalho nos municípios que o jornal abrange é feita de forma integrada, com troca de idéias e materiais. Quando um repórter não pode estar presente, é mandado outro em seu lugar. Isso também acontece quando há a necessidade de cobertura jornalística em um acontecimento localizado em outra cidade que não aquela designada para determinado repórter ser o correspondente (e/ou quando não há acontecimentos para serem noticiados na cidade sob responsabilidade desse repórter). Razão pela qual – diz Rafael – o jornal emprega 7 repórteres, e todos trabalham em forma de processo participativo.

O editor comenta, ainda, que não há um espaço fixo definido por município. Tudo transcorre conforme os fatos que acontecem e o que o município fornece de notícias. No caso dos municípios menos contemplados (como alguns dos catarinenses e os 2 representantes gaúchos, em particular Barra do Guarita), Rafael Stuelp sustenta que isso se dá por se tratarem de cidades menores, em que na grande maioria das vezes há menos acontecimentos e eventos, resultando em menos notícia e espaço no jornal – e não é por questão de espaço definido por cidade.

O público-alvo do jornal, segundo seu editor-chefe, é de 50% a 55% rural, pelo fato de a região ser voltada para esse setor da economia. Devido a esse grande percentual, é cedido no mínimo 3 páginas por edição para esses assuntos, voltadas ao setor agropecuário, agroindustrial e agronegócios, entre outros.

Ainda assim, Rafael Stuelp diz que tudo depende do que acontece nos municípios de abrangência do jornal, não havendo definição premeditada de assuntos que rendem mais matérias e que recebem mais espaço. Ou seja, segundo ele não há uma editoria principal: quando um assunto rende mais, lhe é dado maior espaço, e vice-versa. E a questão dos municípios também funciona assim, de acordo com o que cada um venha a oferecer em termos de assuntos. E, por conta dessas indefinições quanto à quantidade de matérias e espaço ocupado por cada cidade pertencente à área de abrangência do jornal, há uma variação do número de páginas por edição, que normalmente fica entre 32 e 48.

Seja como for, Rafael não se furta em apontar as editorias e assuntos que costumam render mais pano pra manga, que normalmente ganham mais espaço por apresentarem mais eventos e fatos que venham a se tornar notícias: empresas e negócios, religião, saúde, educação, e contratos com as prefeituras dos municípios. Também são lembrados por ele eventos relacionados ao entretenimento, na medida em que envolvem grupos grandes de pessoas e promovem a integração entre as mesmas, a exemplo de festas de comunidades e esporte. “E, agora, a parte dos classificados está tendo bastante receptividade”, complementa.

Conclusão

Concluída a análise, pode-se perceber que o jornal apresenta características peculiares, algumas que se assemelham às tendências do jornalismo local, e outras específicas do próprio. Em cidades menores, como Itapiranga, não se tem grandes veículos de comunicação, como emissoras de TV, por exemplo. Os principais veículos ainda são o

rádio e o jornal impresso. O Força D'Oeste tem papel ativo e fundamental na vida dos moradores dos municípios pertencentes à sua área de abrangência. Com base nisso, conclui-se que o jornal trata a realidade local, dando prioridade a assuntos voltados à economia regional, produção própria de notícias, e também a questão comercial, garantindo a sobrevivência do veículo. Além disso, o jornal trabalha de forma participativa e variada, não definindo números específicos para assuntos abordados, espaço cedido por município, bem como número de páginas e editorias, tornado-o um jornal aberto, ou seja, não limitado a especificidades, e sim apresentando algumas características variáveis e novas a cada edição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2002.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2004.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Poscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. Sem. 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

ANEXOS