

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO – MESTRADO EM JORNALISMO

EDILENE DOS SANTOS OGURA

**ESTRATÉGIAS E CRITÉRIOS EDITORIAIS NA COBERTURA NOTICIOSA DO
JORNALISMO DIÁRIO REGIONAL DOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ**

PONTA GROSSA

2019

EDILENE DOS SANTOS OGURA

**ESTRATÉGIAS E CRITÉRIOS EDITORIAIS NA COBERTURA NOTICIOSA DO
JORNALISMO DIÁRIO REGIONAL DOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Jornalismo. Área de Concentração: Processos de Produção Jornalística.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini

PONTA GROSSA

2019

O35 Ogura, Edilene dos Santos
Estratégias e critérios editoriais na cobertura noticiosa do
jornalismo diário regional dos Campos Gerais do Paraná/ Edilene dos
Santos Ogura. Ponta Grossa, 2019.
194 f.

Dissertação (Mestrado em Jornalismo – Área de concentração –
Processos de Produção Jornalística), Universidade Estadual de Ponta
Grossa.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini

1. Jornalismo regional. 2. Jornalismo de interior. 3. Critérios de
noticiabilidade. 4. Jornalismo – Campos Gerais. 5. Processos
jornalísticos. I. Gadini, Sérgio Luiz. II. Universidade Estadual de
Ponta Grossa. Mestrado em Jornalismo. III. T.

CDD : 079.816.2

EDILENE DOS SANTOS OGURA

**ESTRATÉGIAS E CRITÉRIOS EDITORIAIS NA COBERTURA NOTICIOSA DO
JORNALISMO DIÁRIO REGIONAL DOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ**

Dissertação apresentada para obtenção de título de mestre na Universidade Estadual de Ponta Grossa. Área de concentração: Processos de Produção Jornalística

Ponta Grossa, 27 de fevereiro de 2019

Prof. Sérgio Luiz Gadini – Orientador
Doutor em Ciências da Comunicação
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof^a. Cíntia Xavier
Doutora em Ciências da Comunicação
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Mário Luiz Fernandes
Doutor em Comunicação
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

Universidade Estadual de Ponta Grossa
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Jornalismo

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Declaração de Compromisso Ético com a Originalidade Científico-Intelectual

Eu, EDILENE DOS SANTOS OGURA, CPF nº 043.625.599-57, RG nº 13.593.421-6, responsabilizo-me pela redação do trabalho intitulado “**Estratégias e critérios editoriais na cobertura noticiosa do jornalismo diário regional dos Campos Gerais do Paraná**”, atestando que todos os trechos que tenham sido transcritos de outros documentos (publicados ou não), e que não sejam de minha exclusiva autoria, estão citados entre aspas, com a devida indicação de fonte (autor e data) e a página de que foram extraídos (se transcritos literalmente) ou somente indicados fonte e ano (se utilizada a ideia do autor citado), conforme normas e padrões da ABNT vigentes. Declaro, ainda, ter pleno conhecimento de que posso ser responsabilizada legalmente caso infrinja tais disposições.

Ponta Grossa, 4 de fevereiro de 2019.



EDILENE DOS SANTOS OGURA
RA nº 3100117003018

Dedico essa pesquisa à minha família – meu esposo, Fabian, e meus filhos Isadora e Felipe – e também aos moradores da Região dos Campos Gerais do Paraná.

AGRADECIMENTOS

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 ("This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001").

O texto de agradecimento talvez seja o que começa a ser moldado na mente mesmo antes do início do Mestrado, quando vemos nosso nome na lista de aprovados: “graças a Deus”. Para ingressar no Mestrado, dediquei o tempo de licença-maternidade do meu segundo filho – quando estive afastada por seis meses do trabalho no *Diário dos Campos* – para estudar e tentar uma das vagas. Portanto, o primeiro da minha lista de agradecimentos é Felipe, meu filho, que, no momento em que escrevo estas linhas está com dois anos e sete meses.

O segundo, por consequência, meu esposo Fabian, que desde então não mediu esforços para apoiar minha decisão de me desligar do jornal, caso fosse aprovada. Minha gratidão a ele é imensa que as palavras nunca vão conseguir expressá-la. Seu companheirismo, compreensão e paciência foram fundamentais para eu seguir em frente com as disciplinas e com a pesquisa. Seu apoio também se mostrou imprescindível na elaboração dos mapas que constam nesta dissertação. Portanto, a você, Fabian, meu agradecimento mais que especial.

Quando comecei o Mestrado, minha filha Isadora estava então com dois anos e quatro meses. A ela, minha gratidão e um pedido de desculpas por ter me ausentado tantas vezes das brincadeiras para as quais me convidava e recusar assistir a um filme ou desenho e por me fechar no quarto para poder estudar... Espero que um dia você compreenda que a mamãe não queria você e o Felipe longe, muito pelo contrário...

Agradeço também à minha mãe Odete, que, junto com meu pai Hilário (*in memoriam*) sempre incentivou que eu e minhas duas irmãs, Evelize e Elinéri, estudássemos. A minhas duas companheiras, todo meu amor e carinho pelas palavras de incentivo.

Gratidão ainda ao meu orientador Sérgio Gadini, o qual admiro desde a graduação e que, nesta fase de Mestrado, sempre se mostrou disposto a apontar os melhores caminhos para minha pesquisa e referências imprescindíveis, além de sanar minhas dúvidas a qualquer horário e onde estivesse.

Agradeço ainda aos demais professores do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo, em especial Marcelo Bronosky e Cintia Xavier pelas contribuições na banca de qualificação. Gratidão aos colegas bolsistas que se tornaram amigos: Vinicius Biazotti, Melissa Eichelbaun, Abinoan Santiago, Gabriela Cavalcanti. Aos demais colegas do Mestrado, também

deixo aqui meu profundo agradecimento, assim como à Fundação Araucária e Capes pela concessão da bolsa. Não posso deixar de citar também a cordialidade com que fui atendida nas duas redações que visitei para minha pesquisa. Obrigada aos editores/diretores Eloir Rodrigues, Jeferson Augusto, Wilson de Oliveira e Mário Martins e, citando seus nomes, estendo minha gratidão aos demais colegas jornalistas que tanto contribuíram para este trabalho.

Um último agradecimento é para minha amiga Luana Souza, que em 2015 me incentivou a fazer uma disciplina isolada e tentar entrar no Mestrado. Não foi daquela vez, mas deu tudo certo para nós duas!

Trata-se de entender como se constrói cotidianamente o registro histórico de um país que está além de suas grandes cidades, que é mais amplo do que é dito na grande mídia, e de um interior que maior e mais complexo é do que as narrativas convencionais que são feitas sobre ele.

(Ana Carolina Rocha Pessôa Temer)

RESUMO

A pesquisa realizada tem como objeto a cobertura regional realizada pelos dois jornais diários sediados em Ponta Grossa (PR) – *Diário dos Campos* e *Jornal da Manhã*. Parte-se da hipótese de que ambos dão pouco espaço à divulgação de notícias das demais cidades da Região dos Campos Gerais do Paraná, para além de Ponta Grossa. O objetivo geral da pesquisa é identificar estratégias dos meios de comunicação para pautar assuntos que contemplam os municípios da Região. A importância do trabalho deve-se ao fato de que de todas as cidades dos Campos Gerais apenas Ponta Grossa possui jornal com edição diária em 2017. O estudo visa, ainda, repensar o conceito de jornalismo regional, a partir de trabalhos empíricos da produção periodística. A pesquisa tem como referenciais teóricos a hipótese do *Newsmaking* – que abrange critérios de noticiabilidade e valores-notícia e a teorias do *Gatekeeper* e *Framing*. As técnicas de pesquisa aplicadas incluem análise de conteúdo, análise de cobertura jornalística, observação da rotina editorial nos periódicos e entrevistas semiestruturadas, dialogando com autores e referências conceituais na área.

Palavras-chave: Jornalismo Regional; Jornalismo de Interior; Critérios de Noticiabilidade; Jornalismo nos Campos Gerais; Processos Jornalísticos.

ABSTRACT

The research carried out is aimed at regional coverage by the two daily newspapers headquartered in Ponta Grossa (PR) - *Diário dos Campos* and *Jornal da Manhã*. It starts from the hypothesis that both give little space to the news spread of the other cities of the Region of the Campos Gerais of Paraná, besides Ponta Grossa. The general objective of the research is to identify strategies of the media to guide subjects that contemplate the municipalities of the Region. The importance of the work is due to the fact that of all the cities of Campos Gerais only Ponta Grossa has a newspaper with daily edition in 2017. The study also aims to rethink the concept of regional journalism, based on empirical works of journalistic production. The research has as theoretical references the Hypothesis of Newsmaking - which covers criteria of newsworthiness and news-values and theories of Gatekeeper and Framing. The applied research techniques include content analysis, analysis of journalistic coverage, observation of editorial routine in periodicals and semi-structured interviews, dialoguing with authors and conceptual references in the area.

Keywords: Regional Journalism; Journalism of Interior; Noticiability Criteria; Journalism in the Campos Gerais; Journalistic Processes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Manchete com tema regional no Jornal da Manhã.....	29
Figura 2 – Notícia sobre acontecimento de Palmeira no Diário dos Campos.....	30
Figura 3 – Mapa-tempo no Diário dos Campos mostra diariamente a previsão para determinadas cidades da região.....	65
Figura 4 – Primeira das quatro páginas do Caderno Regional da edição de 30 de setembro de 2017 do Diário dos Campos traz uma entrevista pingue-pongue com o prefeito de Castro.....	66
Figura 5 – Região em destaque na página de Política do Jornal da Manhã	69
Figura 6 – Capa do anuário Caminhos dos Campos Gerais, publicado pelo Jornal da Manhã, edição 2017.....	72
Figura 7 – Capa do anuário Terra de Riquezas, publicado pelo Diário dos Campos, edição 2017.	73
Figura 8 – Mapa do Paraná: a maior parte dos municípios da Região dos Campos Gerais localiza-se na Região Centro-Oriental do Estado	74
Figura 9 – Mapa da Região dos Campos Gerais considerado nesta pesquisa.....	74
Figura 10 – Castro é citada na capa do Diário dos Campos por conta do tema Violência/Segurança	88
Figura 11 – Piraí do Sul é citada na primeira página do Diário dos Campos devido a um crime.....	89
Figura 12 – Assunto policial expõe Sengés na primeira página do Diário dos Campos	90
Figura 13 – Prisão leva Irati a ser citada na capa do Diário dos Campos	91
Figura 14 – Tibagi é mencionada na primeira página devido a notícia sobre segurança	92
Figura 15 – Notícia sobre o Festival de Tortas de Carambeí no Diário dos Campos.....	103
Figura 16 – Notícia sobre o Festival de Tortas de Carambeí no Jornal da Manhã.....	103
Figura 17 – Anúncio publicitário do Festival de Tortas de Carambeí no Diário dos Campos.....	104
Figura 18 – Notícia sobre o Parque Histórico de Carambeí no Jornal da Manhã	105
Figura 19 – Anúncio publicitário de empresa privada de Castro no Jornal da Manhã	108
Figura 20 – Anúncio publicitário da Prefeitura de Castro no Jornal da Manhã	108

Figura 21 – Anúncio publicitário da Prefeitura de Castro no Diário dos Campos.....	109
Figura 22 – Anúncio publicitário da Calpar, de Castro, no Diário dos Campos.....	110
Figura 23 – Notícias sobre ações do projeto Vamos Ler em Jaguariaíva ocupam todo o espaço para informação na página	115
Figura 24 – Notícia sobre Jaguariaíva na série especial “Corredores de Riquezas”, no Jornal da Manhã	116
Figura 25 – Exemplo de notícia sobre Economia em Palmeira publicada no Jornal da Manhã	120
Figura 26 – Exemplo de matéria que apenas “cita” Palmeira, no Diário dos Campos	121
Figura 27 – Exemplo de texto que mostra Palmeira junto a outros municípios, no Diário dos Campos	122
Figura 28 – Exemplo de release sobre Palmeira, publicado no formato de fotolegenda na editoria Geral do Diário dos Campos	123
Figura 29 – Exemplo de release sobre Tibagi desmembrado em três notas para a coluna “Informe JM”, do Jornal da Manhã.....	126
Figura 30 – Nota sobre Tibagi publicada na editoria Geral, no Diário dos Campos.....	127
Figura 31 – Tema Pessoa do Político é um dos que mais aparece no Jornal da Manhã quando se noticia Telêmaco Borba; todos os textos deste assunto citam o mesmo deputado.....	128
Figura 32 – O tema mais frequente sobre Telêmaco no DC é Violência/Segurança, como neste exemplo.....	130
Figura 33 – Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes na capa do Diário dos Campos no período analisado (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	132
Figura 34 – Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes na capa do Jornal da Manhã no período analisado (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	133
Figura 35 – Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes nas páginas internas do Diário dos Campos (1º de setembro a 31 de outubro de 2017).....	133
Figura 36 – Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes nas páginas internas do Jornal da Manhã (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	134

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Comparativo geral de capas (1º de setembro de 2017 a 31/10/2017).....	83
Gráfico 2/3	– Abrangência das chamadas de capa (1º de setembro de 2017 a 31/10/2017)	84
Gráfico 4	– Municípios nas capas dos jornais (1º/09/2017 a 31/10/2017).....	84
Gráfico 5	– Assuntos que levam o apelo regional para as capas do Diário dos Campos (1º/09/2017 a 31/10/2017)	87
Gráfico 6	– Elemento selecionador para as chamadas de capa da região no DC (1º/09/2017 a 31/10/2017)	94
Gráfico 7	– Formato das chamadas de cunho regional nas capas do Diário dos Campos (1º/09/2017 a 31/10/2017)	94
Gráfico 8	– Assuntos que levam o apelo regional para as capas do Jornal da Manhã (1º/09/2017 a 31/10/2017).....	95
Gráfico 9	– Formato das chamadas de cunho regional nas capas do Jornal da Manhã (1º/09/2017 a 31/10/2017).....	96
Gráfico 10	– Elemento selecionador para as chamadas de capa da região no Jornal da Manhã (1º/09/2017 a 31/10/2017).....	96
Gráfico 11	– Distribuição de notícias entre os municípios que aparecem no Diário dos Campos e Jornal da Manhã (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	99
Gráfico 12	– Temas que levam as cidades da Região dos Campos Gerais às páginas internas do DC e do JM (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	101
Gráfico 13	– Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Carambeí (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	106
Gráfico 14	– Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Carambeí (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	107
Gráfico 15	– Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Castro (1º de setembro a 31 de outubro de 2017).....	110
Gráfico 16	– Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Castro (1º de setembro a 31 de outubro de 2017).....	112
Gráfico 17	– Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Jaguariáiva (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	114

Gráfico 18 – Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Jaguariaíva (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	117
Gráfico 19 – Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Palmeira (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	119
Gráfico 20 – Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Palmeira (1º de setembro a 31 de outubro de 2017).....	121
Gráfico 21 – Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Tibagi (1º de setembro a 31 de outubro de 2017).....	124
Gráfico 22 – Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Tibagi (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	125
Gráfico 23 – Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Telêmaco Borba (1º de setembro a 31 de outubro de 2017).....	129
Gráfico 24 – Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Telêmaco Borba (1º de setembro a 31 de outubro de 2017).....	129

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Municípios do entorno de Ponta Grossa nas capas do DC (1º/09/2017 a 31/10/2017).....	85
Quadro 2 – Municípios do entorno de Ponta Grossa nas capas do JM	85
Quadro 3 – Comparativo entre DC e JM por temas na capa com citação de município da região (quantidade de chamadas).....	87
Quadro 4 – Comparativo entre os temas dos municípios que menos aparecem na cobertura noticiosa do Diário dos Campos e Jornal da Manhã (1º de setembro de 2017 a 31 de outubro de 2017).....	131

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Perfil dos municípios considerados integrantes da Região dos Campos Gerais, segundo os jornais (DC e JM)	78
Tabela 2 – Distribuição de notícias entre os municípios que aparecem no DC e JM (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)	99

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	18
CAPÍTULO 1 – PERCURSO METODOLÓGICO	22
1.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO E DE COBERTURA JORNALÍSTICA.....	23
1.2 OBSERVAÇÃO NAS REDAÇÕES.....	26
1.3 ENTREVISTAS COM OS JORNALISTAS	32
CAPÍTULO 2 – FUNDAMENTANDO A PESQUISA: CONCEITOS E TEORIAS PARA O JORNALISMO REGIONAL	35
2.1 TEORIA DO FRAMING	39
2.2 A CIÊNCIA DOS JORNAIS, CONFORME OTTO GROTH	41
2.3 HIPÓTESE DO NEWSMAKING.....	44
2.4 TEORIA DO GATEKEEPER	47
CAPÍTULO 3 – APONTAMENTOS PARA ENTENDER O JORNALISMO REGIONAL	49
3.1 PROXIMIDADE	55
3.2 IDENTIDADE	57
3.3 UM CAMPO A SER EXPLORADO.....	58
CAPÍTULO 4 – JORNALISMO NOS CAMPOS GERAIS	61
4.1 A IMPRENSA DIÁRIA DE PONTA GROSSA.....	62
4.1.1 Diário dos Campos	62
4.1.2 Jornal da Manhã	66
4.2 A REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ	69
4.2.1 Perfil socioeconômico	75
CAPÍTULO 5 – ONDE ESTÃO OS CAMPOS GERAIS NAS CAPAS DOS JORNAIS?	81
5.1 CULTURA E POLÍTICA PREVALECEM NAS CAPAS DO DC	87
5.2 JM EQUILIBRA DISTRIBUIÇÃO DAS CHAMADAS REGIONAIS.....	95
CAPÍTULO 6 – OS MUNICÍPIOS DA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS DENTRO DOS JORNAIS DE PONTA GROSSA	98
6.1 ROTA GASTRONÔMICA DESTACA MUNICÍPIO DA REGIÃO NA MÍDIA DE PONTA GROSSA	102
6.2 CASTRO RENDE ANÚNCIOS E DIVERSIDADE DE TEMAS PARA OS JORNAIS.....	107
6.3 JORNALISTAS “CORREM ATRÁS” PARA TRAZER NOTÍCIAS SOBRE JAGUARIAÍVA	113

6.4	PALMEIRA: “NEGLIGENCIADO” PELO <i>JM</i> , MAS VALORIZADO PELO <i>DC</i>	118
6.5	TIBAGI: ESPAÇO SEMELHANTE NO <i>DC</i> E NO <i>JM</i>	123
6.6	TELÊMACO BORBA: <i>DC</i> EVIDENCIA VIOLÊNCIA/SEGURANÇA E <i>JM</i> , A POLÍTICA (OU OS POLÍTICOS)	127
CONSIDERAÇÕES FINAIS		132
REFERÊNCIAS		139
APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O EDITOR A		146
APÊNDICE B – ENTREVISTA COM O EDITOR B		149
APÊNDICE C – ENTREVISTA COM REPÓRTER A		154
APÊNDICE D – ENTREVISTA COM REPÓRTER B		158
APÊNDICE E – ENTREVISTA COM REPÓRTER C		161
APÊNDICE F – ENTREVISTA COM REPÓRTER D		164
APÊNDICE G – ENTREVISTA COM REPÓRTER E		168
APÊNDICE H – LIVRO DE CÓDIGOS PARA ANÁLISE DE CONTEÚDO – CAPAS		176
APÊNDICE I – LIVRO DE CÓDIGOS PARA ANÁLISE DE CONTEÚDO – PÁGINAS INTERNAS		180
ANEXO A	– TERMOS DE CONCESSÃO DE ENTREVISTAS	188

INTRODUÇÃO

Esta dissertação é resultado de pesquisa sobre jornalismo regional no contexto de interior, mais especificamente a Região dos Campos Gerais do Paraná, e utiliza como objetos dois jornais diários impressos de Ponta Grossa. A meta é estudar a cobertura noticiosa realizada pelo *Diário dos Campos* e *Jornal da Manhã* sobre assuntos dos municípios vizinhos a Ponta Grossa, tendo como problemática descobrir o espaço, o reconhecimento e as estratégias editoriais. Entre as perguntas que surgiram no início da pesquisa estão: os jornais noticiam acontecimentos das cidades vizinhas a Ponta Grossa?; os chamados “desvios” (SHOEMAKER, 2014; SILVA, 2014), ou seja, fatos relacionados à violência, acidentes e incidentes são os que mais levam os municípios a aparecer na imprensa regional?

Para tanto, o objetivo geral da pesquisa consiste em compreender como as cidades dos Campos Gerais são representadas pela imprensa diária ponta-grossense. A representação é estudada tanto por meio da análise das capas quanto pelas páginas internas.

Como objetivos específicos, destaca-se a elaboração de um levantamento estatístico para descobrir se os municípios são noticiados ou não pelos dois meios de comunicação; se sim, quais as cidades mais citadas pelos jornais e os temas que levam um município a se tornar pauta; analisar em quais editorias a suposta cobertura regional costuma aparecer. E, por fim, identificar fontes e a origem dos textos, isto é, se as matérias são resultado de apurações de reportagem ou divulgação de *releases*; e quais as estratégias e critérios editoriais na cobertura noticiosa sobre a região.

O interesse pelo tema deve-se à trajetória profissional da autora desta pesquisa¹ e também pela constatação de uma certa lacuna acadêmica de estudos, no Paraná, acerca de jornalismo de interior, ao contrário de outros Estados, cujos pesquisadores se dedicam há anos a esta área de estudo. Há uma gama de trabalhos realizados em Santa Catarina (FERNANDES, 2003), Rio Grande do Sul (DORNELLES, 2004), São Paulo (ROCHA; ZAUIH; 2012); Rio de Janeiro (MOREIRA; DEOLINDO, 2013); Mato Grosso do Sul (CAMPOS JR, 2016), Maranhão (REIS, 2018) e Piauí (MOURA FILHO, 2014) e outros Estados do Nordeste².

¹ Trabalhou como jornalista em jornais regionais dos Campos Gerais. Em Ponta Grossa (PR), teve duas passagens pelo *Jornal da Manhã* (agosto/2005 a abril/2007 e novembro/2009 a novembro/2010) e atuou no *Diário dos Campos* (janeiro/2011 a janeiro/2017). Em Castro (PR), também passou duas vezes pelo *Página Um* (abril/2007 a maio/2008 e fevereiro/2009 a agosto/2009). Em todos exerceu funções de produção de pauta, reportagem e edição.

² No 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJOR), em novembro de 2018, a autora desta dissertação participou de sessão em que Sonia Aguiar, Leonan Leite Leal, Vinícius Oliveira, Williany Bezerra de Souza, da Universidade Federal do Sergipe, apresentaram a pesquisa “As regiões concentradas do telejornalismo

O fio condutor da investigação está no paradigma da construção social da realidade, ou seja, entende-se que os meios de comunicação não são “espelho” do real e que os jornalistas estão sujeitos à subjetividade para além da objetividade no tratamento dos acontecimentos. No caso desta pesquisa, especificamente, a construção da realidade se apresenta mais explicitamente quando se levantam “bandeiras” em prol da Região dos Campos Gerais, a exemplo das notícias sobre a Escarpa Devoniana, que foi acompanhada pela publicação da edição em si e também durante a observação na redação; sobre a implantação de uma Unidade de Abastecimento (Ceasa) para a região, para ficar em apenas dois exemplos. A construção da realidade por meio da imprensa se dá a todo momento, principalmente porque os jornalistas, na maioria das vezes, não são testemunhas oculares dos fatos que relatam. Sendo assim, produzem a notícia com base nos vieses determinados pelas suas fontes em conjunto com seu entendimento de mundo (constructo).

Como conceitos teóricos de jornalismo, consideram-se na dissertação a hipótese do *Newsmaking*, agregando aí os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia; a teoria do *Gatekeeper* e a teoria do *Framing*. Além disso, o estudo traz apontamentos que visam aprofundar discussões acerca de jornalismo de interior, que tem em si características específicas e que, por consequência, tornam seus critérios de noticiabilidade e os valores-notícia distintos quando da comparação com os chamados “grandes jornais” sediados em capitais.

A metodologia aplicada nesta pesquisa é mista, isto é, quanti e qualitativa, com o uso de técnicas de análise de conteúdo e cobertura jornalística, observação e entrevistas. Para a análise, foram selecionadas 40 edições do *Diário dos Campos* e 40 do *Jornal da Manhã*, publicadas entre os dias 1º de setembro e 31 de outubro de 2017. Por conta de suas especificidades, as capas e as páginas internas foram submetidas à análise em duas fases distintas, sendo que as primeiras páginas foram verificadas por um livro de códigos e as páginas internas por outro livro de códigos, que estão nos Apêndices H e I desta dissertação.

Nas capas foram analisados todos os conteúdos jornalísticos publicados enquanto que, nas páginas internas, a verificação debruçou-se apenas sobre as notícias que citavam municípios vizinhos a Ponta Grossa e que fazem parte da Região dos Campos Gerais. Os anúncios, mesmo os de capa, foram analisados através do livro de códigos das páginas internas.

A observação nas redações dos dois veículos de comunicação ocorreu entre a última semana de setembro e a primeira semana de outubro de 2017, coincidindo, desta maneira, com o período de análise de conteúdo/cobertura jornalística das edições produzidas naqueles dias.

local-regional no Nordeste brasileiro”, que, até a entrega desta dissertação, não havia sido publicado nos anais do evento.

O método foi aplicado primeiramente no *JM* e, em seguida, no *DC*. A pesquisadora esteve por cinco dias consecutivos em cada uma das redações, sendo em quatro ocasiões observando os jornalistas que atuam no período da tarde e início da noite e um dia no período da manhã. Os horários para as observações levaram em consideração a rotina dos jornais ponta-grossenses, em que o “grosso” do trabalho acontece durante as tardes. Todavia, ambos também mantêm equipes no período matutino, mas reduzidas. Aos sábados e domingos não há expediente formal nas redações dos jornais impressos da cidade.

A entrevista foi a última fase da pesquisa, realizada após as observações e a análise de conteúdo/cobertura jornalística e teve como propósito compreender como os jornalistas que atuam no *DC* e no *JM* enxergam e trabalham o jornalismo regional.

Os resultados obtidos no presente estudo apontam para uma cobertura noticiosa dos municípios que formam a Região dos Campos Gerais do Paraná pelos dois jornais analisados, embora nem sempre isso fique evidente na primeira página dos veículos. Dos 26 municípios (com exceção de Ponta Grossa) que compreendem a região, 11 foram citados nas capas dos dois jornais. Já nas páginas internas, somente um (Cândido de Abreu) não apareceu em nenhuma das 80 edições estudadas, e outro município (Rebouças) foi contemplado apenas pelo *Diário dos Campos*.

Acerca da abrangência das chamadas que compõem a capa dos jornais, o *JM* aposta em notícias de Ponta Grossa – 59% das notícias da primeira página, no período da análise, são sobre Ponta Grossa. A abrangência regional – que envolve os municípios vizinhos e, portanto, o foco desta pesquisa – soma 16% das chamadas do *JM*. Em seguida aparecem as notícias que não têm identificação de local (10%), as de abrangência estadual (9%) e nacional (9%).

No *DC*, a configuração da abrangência das notícias de capa é bem diferente. Os textos sem identificação do local do acontecimento são a maioria das chamadas – 36% do total. Depois, aparecem as notícias sobre Ponta Grossa (35%), e, em terceiro, as chamadas regionais (13%). Além disso, os textos de abrangência nacional superam as do estadual – 10% e 6%, respectivamente.

No *Jornal da Manhã*, o principal tema de abrangência regional nas capas analisadas para a pesquisa é Economia, que corresponde a 22% do total de chamadas publicadas sobre a Região dos Campos Gerais, seguido por Educação, com 12% e Político-institucional e Saúde em terceiro lugar, com 11% cada. No *Diário dos Campos*, as chamadas de cunho regional são, em sua maioria, referentes aos assuntos Variedades/Cultura, com 17%; Político-Institucional, com 16%, e Economia, com 14%.

Em contrapartida, os temas que mais contribuem para que os municípios dos Campos Gerais apareçam nas capas nem sempre são os mesmos que os fizeram virar notícia nas páginas internas. Dentro dos jornais, há uma predominância para assuntos que envolvem Violência/Segurança e Variedades/Cultura em ambos os veículos de comunicação. Todavia, o *DC* prioriza mais esses acontecimentos que o seu concorrente. Na análise detalhada sobre os seis municípios com maior espaço dentro dos jornais, o tema Violência/Segurança é o que mais induz as cidades de Telêmaco Borba, Jaguariaíva e Castro a aparecer no *DC*. O *JM*, por sua vez, não leva tanto em consideração esses assuntos para noticiar municípios “privilegiados”, isto é, aqueles que aparecem com frequência. Neste periódico, o assunto Economia fica em evidência.

Pela análise das páginas internas, constata-se que a proximidade nem sempre é o critério de noticiabilidade principal, visto que municípios mais distantes de Ponta Grossa, eventualmente, têm mais espaço nos jornais do que outras cidades mais próximas. A pesquisa mostra ainda uma dependência considerável de *releases*, tanto de instituições públicas quanto de empresas privadas e outras organizações, quando se trata de municípios da região.

As entrevistas com os jornalistas corroboram para esta constatação. A maioria dos sete jornalistas entrevistados afirma que municípios acabam ganhando espaço no jornal em que trabalham quando o material chega pronto das assessorias, por conta da dificuldade deles em apurar informações nas cidades do entorno de Ponta Grossa. As entrevistas também demonstram a ligação política existente entre os jornais e as prefeituras vizinhas e a preferência por notícias de Carambeí e Castro.

A presente dissertação está dividida em seis capítulos. O primeiro deles trata sobre o percurso metodológico, ou seja, explicita como a pesquisa foi realizada e quais as técnicas aplicadas. O segundo capítulo aborda os referenciais teóricos do estudo, como conceitos e teorias que embasam todas as fases da pesquisa. O terceiro capítulo traça apontamentos sobre jornalismo de interior e jornalismo regional, trazendo várias abordagens com estudiosos da área. Na sequência, o quarto capítulo apresenta o contexto do jornalismo praticado na região estudada – os Campos Gerais do Paraná - e termina apresentando detalhes sobre ela. O quinto capítulo demonstra os resultados da pesquisa referentes à capa e o último capítulo apresenta a pesquisa das páginas internas dos veículos de comunicação acerca do jornalismo regional. Por fim, expõe-se as conclusões a que a pesquisa chega e propõe-se modestos caminhos para futuras pesquisas e também para a prática do jornalismo de interior com maior qualidade.

CAPÍTULO 1

PERCURSO METODOLÓGICO

O percurso metodológico da investigação registra uma abordagem quanti-qualitativa, lançando mão de variados métodos, como a análise de produto jornalístico com técnicas da análise de conteúdo (com definição de variáveis que orientam a estruturação editorial), seguido de observação dos modos de funcionamento da redação, entrevistas semiestruturadas com repórteres e editores dos dois periódicos analisados. A observação no local de trabalho – outra técnica aplicada na pesquisa - teve caráter complementar; um mecanismo que ajuda a compreender as escolhas na pauta regional.

Bauer, Gaskel e Allum (2002) explicam que a pesquisa quantitativa se baseia em números e estatísticas, enquanto a pesquisa qualitativa lida com interpretações. Porém, assim como a primeira não chega às conclusões automaticamente pelos números, a segunda perspectiva também não possui o monopólio da interpretação.

Neste sentido, Cervi (2009a) contribui para mostrar que os dois ‘olhares’ podem ser aplicados em uma mesma pesquisa. Ele destaca a análise de conteúdo como um modelo de estudo quantitativo. Porém, o autor ressalta que a problemática teórica deve ser o fio condutor da pesquisa. Aqui no estudo, análise de conteúdo (quantitativa) oferece embasamento para as entrevistas semiestruturadas (qualitativa).

A primeira fase do trabalho consiste na pesquisa bibliográfica em busca de referenciais teóricos que tensionam sobre o jornalismo enquanto prática social (elementos da construção social da notícia, *newsmaking*, critérios de noticiabilidade e *gatekeeper*) e sobre o jornalismo do interior/regional. Criado o arcabouço teórico acerca do que se entende por jornalismo regional em sua conexão com a construção social da realidade, pôde-se partir para as etapas seguintes da pesquisa, aí de cunho empírico, propriamente dito.

Na etapa empírica, a primeira ação prática envolve coleta das edições dos jornais pelo período de dois meses. Foram verificadas todas as edições impressas do *Diário dos Campos* e do *Jornal da Manhã* publicadas nos meses de setembro e outubro de 2017, resultando em 40 edições de cada periódico, num total de 80. Entre as justificativas para a escolha do período estão a suposta neutralidade desta época do ano, por não coincidir com férias coletivas ou recessos (especialmente nos órgãos públicos), e por não ser um ano eleitoral. Dessa forma, acredita-se que as matérias publicadas no período analisado possam refletir melhor o cenário

da rotina diária dos jornais, sem interferência direta de outros campos (BOURDIEU, 2005), especialmente do político (como em anos eleitorais, por exemplo).

Antes de optar pela assinatura dos jornais a fim de obter a versão física dos impressos todos os dias ou, então, buscá-los diariamente no período da análise (dois meses) nos pontos de venda, decidiu-se – antes do início do período de coleta – entrar em contato com os dois periódicos com o objetivo de tentar acesso gratuito, via internet, às edições. Em ambos os jornais não houve nenhum tipo de restrição; o diretor do *JM* e o editor-chefe do *DC*, prontamente, forneceram *login* e senha para acesso irrestrito ao conteúdo on-line, incluindo as edições diárias em PDF. Certamente, a disposição e cordialidade facilitaram o acesso aos jornais. Mesmo estando na internet, todos os dias do período da coleta (1º de setembro de 2017 a 31 de outubro de 2017), optou-se por entrar nos *sites* e baixar a versão impressa no mesmo dia da publicação. Vez ou outra passou um ou dois dias para que o PDF fosse acessado.

1.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO E DE COBERTURA JORNALÍSTICA

A análise de conteúdo é “uma metodologia de pesquisa que utiliza um *conjunto de procedimentos* para produzir inferências válidas de um texto. Essas inferências são sobre emissores, a própria mensagem ou a audiência da mensagem”. (WEBER, 1985, p. 9, apud BAUER, 2002, p. 192, grifo do autor). A análise de conteúdo (BARDIN, 1977) consiste na categorização e codificação de textos, sejam orais ou escritos, com o objetivo de interpretá-los à luz de um objeto de pesquisa.

O referencial de codificação é um conjunto de códigos elaborados pelo pesquisador por meio de questões pré-definidas voltadas aos textos a serem analisados. Neste estudo, para averiguar a presença e/ou ausência de jornalismo regional, os códigos definidos são referentes aos 27 municípios que compõem a Região Campos Gerais³ para a formulação do *corpus* na tentativa de descobrir qual o espaço dedicado aos assuntos relativos a eles.

Como se trata de uma análise de conteúdo de produto jornalístico, a elaboração dos livros de códigos (capa e interna) também foi norteadada pela análise de cobertura jornalística, que se baseia em três instâncias: “(1ª) marcas da apuração; (2ª) marcas da composição do produto; e (3ª) aspectos da caracterização contextual”. (PONTES; SILVA, 2012, p. 53). Pontes e Silva (2012) sugerem um protocolo metodológico para se analisar materiais jornalísticos, por isso, propõem um conjunto de ações a se verificar:

³ Mais detalhes sobre a definição do mapa da região estão no Capítulo 4 desta dissertação.

[...] as particularidades da mídia agenciada pelo jornalismo; a importância de critérios na escolha de veículos como objeto de trabalho; o reconhecimento da carga valorativa das capas, manchetes e chamadas; o recorte temático e de organização proposto pelas editorias; a identificação dos gêneros jornalísticos; o processo discursivo da diagramação/edição; a observação da estrutura interna das matérias; a organização de títulos e chamadas; a presença de boxes, suítes, fotografias, gráficos e tabelas; os tipos e a hierarquia das fontes; a assinatura e as demais marcas da apuração. (PONTES; SILVA, 2012, p. 52).

Neste sentido, para as páginas internas, ao invés de medir o tamanho do conteúdo noticioso conforme largura e altura, a mensuração foi realizada através do chamado jornalismo máximo e jornalismo mínimo (VARJÃO, 2008), com a contagem de parágrafos; o posicionamento das matérias nas páginas foi medido pelos quadrantes, ao invés de colunas. Dessa forma, a pesquisa busca garantir uma análise comparativa mais confiável, uma vez que os dois jornais analisados são de tamanhos diferentes (o *DC* é *standard* e o *JM* é *berliner*).

Varjão (2008) explica que jornalismo máximo é quando fica demonstrado no produto jornalístico o esforço do jornalista em valorizar o assunto noticiado, utilizando textos maiores em relação aos demais dispostos na página, intertítulos, boxes, imagens fotográficas, gráficos, infográficos, tabelas, etc. O jornalismo mínimo, por outro lado, é demonstrado em textos mais curtos e que não contam com outros elementos adicionais. “Em outros termos, ‘jornalismo máximo’ é um parâmetro simbólico construído a partir do pressuposto de que todo conjunto tem suas representações máxima e mínima”. (VARJÃO, 2008, p. 44). Em contrapartida, a autora ressalta que jornalismo máximo não é sinônimo de qualidade da informação, “mas que evidencia o grau de importância que os produtores de notícia atribuem – ou querem atribuir – a essa ou àquela manifestação”. (VARJÃO, 2008, p. 44).

Se a construção da importância de uma reportagem jornalística se sustenta numa combinação de elementos diversos, com destaque para matérias de maior peso e espaço significativo (no que remete à noticiabilidade, agendamento, pauta que rende, atualidade, etc), uma pequena matéria ou nota informativa (entre um e três parágrafos) dificilmente teria o elemento imagem e igual espaço para titulação (com seus vários complementos) na mesma proporção e destaque – colocação na página, por exemplo – que recebe uma matéria de tamanho médio (aqui considerado numa variação entre quatro e dez parágrafos) e tampouco de uma matéria grande (digamos, acima de 11 parágrafos) [...]. (GADINI, 2001, p. 12).

Entre as categorias definidas para a análise de conteúdo das páginas internas estão as editorias em que os municípios aparecem, as fontes mencionadas, a possível origem da notícia (verificada por meio do confronto entre as notícias publicadas nos dois jornais ou analisando páginas oficiais da internet de onde o material pode ter sido produzido; por exemplo, *releases* de prefeituras), localização da notícia na capa e também nas páginas internas e imagens que acompanham as notícias, e temas/assuntos das notícias que tratam sobre as cidades ora

analisadas. Os livros de códigos para análise da capa e das páginas internas estão nos Apêndices H e I.

Vala (2001) aponta que a análise de conteúdo pode ser realizada em três níveis de investigação empírica: o descritivo, que utiliza, por exemplo, histórias de vida, pesquisa sobre o sujeito em si e seu modo de agir; correlacional, quando há uma comparação entre materiais, seja no espaço ou no tempo; e causal, com base em indicativos linguísticos, como, por exemplo, identidades de grupos de indivíduos.

A validade e a fidedignidade são consideradas critérios essenciais na análise de conteúdo e só podem ser alcançadas quando se obedece a um conjunto de procedimentos. São eles: “delimitação dos objetivos e definição de um quadro de referência teórico orientador da pesquisa; constituição de um *corpus*; definição de categorias; definição de unidades de análise; quantificação”. (VALA, 2001, p. 109).

Com as 80 edições devidamente selecionadas, deu-se início ao processo de análise de conteúdo com os dois livros de códigos criados para esta pesquisa. Primeiramente, foram analisadas todas as capas dos periódicos, resultando em 992 chamadas no total (592 do *DC* mais 400 do *JM*). A coleta desse número considerável de textos fez com que se repensasse a ideia inicial de analisar o conteúdo noticioso por completo dos dois veículos. Isto é, quando da elaboração do projeto de pesquisa, a proposta era fazer a análise de todas as notícias publicadas pelos jornais, independentemente do município, até para se ter uma dimensão de quantas notícias sobre Ponta Grossa, quantas sobre outras cidades e quantas acerca de assuntos não relacionados a nenhum município especificamente (cunho geral) são publicadas, mas, para esta finalidade, seriam analisados cerca de 3.200 textos (média de 40 textos publicados por dia em cada jornal, somando-se as 80 edições selecionadas). Em razão do tempo para a realização da pesquisa e considerando o quanto a totalidade iria efetivamente contribuir para o estudo, optou-se por focar apenas nos textos que citam municípios da região nas páginas internas, podendo a análise das capas garantir, em alguma medida, a visualização desse percentual de notícias publicadas diariamente sobre as cidades vizinhas a Ponta Grossa, que é o foco da pesquisa.

Portanto, na capa, foram analisadas todas as chamadas. No *DC*, o levantamento mostrou que 5,6% do total citavam municípios dos Campos Gerais. No *JM*, o percentual foi de 4,7%. Ambos os jornais citaram nas capas, no período, 11 municípios – alguns deles mais de uma vez e outras apenas numa oportunidade. Ou seja, nem a metade dos 27 municípios mapeados nesta pesquisa e que supostamente seriam cobertos pelos veículos de comunicação apareceu na primeira página.

Para a busca das cidades da região, a pesquisa consistiu em observar se o nome do município aparecia no texto - seja no título, linha de apoio ou narrativa -, independentemente da quantidade de vezes. Aparecendo uma vez, já é o suficiente para entrar na estatística. O método foi aplicado tanto na análise das primeiras páginas quanto no conteúdo interno.

1.2 OBSERVAÇÃO NAS REDAÇÕES

Concomitantemente ao período da coleta, foi realizada a segunda etapa da pesquisa empírica: a observação da rotina dentro das redações dos dois jornais. Como não se trata de uma observação de cunho etnográfico (BRONOSKY, 2010; TRAVANCAS, 2011; MENDES, 2013), decidiu-se por realizá-la pelo período de uma semana em cada um dos periódicos. A semana aqui, entende-se, de segunda a sexta-feira, uma vez que ambos os veículos de comunicação não mantêm expediente formal nos finais de semana.

Segundo Burgess (1997, p. 86), a observação e a observação participante nas ciências sociais fazem com que os investigadores tenham “acesso aos significados que os participantes atribuem às situações sociais”. O autor informa que há quatro papéis *ideal-típicos* desempenhados no terreno: o participante, o observador-participante, o participante-observador e o observador. “O participante esconde a dimensão de observador no papel desempenhado, daí resultando o envolvimento numa observação oculta”. (BURGUESS, 1997, p. 87). Os investigadores, nesse caso, tornam-se membros do grupo estudado. “O papel de *observador-participante* envolve situações em que o investigador participa enquanto simultaneamente observa, desenvolvendo relações com informantes”. (BURGUESS, 1997, p. 88, grifo do autor). Já no papel de participante-observador, o contato com os informantes é breve, formal e abertamente classificado como observação. O observador, por sua vez, se refere a situações raras, nas quais o investigador não tem contato algum com o informante.

Seguindo os modelos traçados por Burgess (1997), pode-se considerar que a observação realizada nos dois jornais de Ponta Grossa se enquadra no tipo participante-observador, devido às características do modelo, citadas acima. Mas, ao contrário do que sugerem Schatzman e Strauss - autores citados por Burgess (1997) - para os quais a brevidade do encontro pode dificultar o acesso ao significado que os participantes atribuem a situações sociais, no caso particular desta dissertação, esse fator pode ser superado devido ao fato de a pesquisadora ter integrado profissionalmente por mais de uma década os grupos que agora pesquisa. Além disso, o foco da observação não é estudar os jornalistas enquanto grupos sociais,

mas determinados aspectos de situações enfrentadas durante a rotina de trabalho e que venham a acrescentar no estudo sobre a cobertura regional.

De forma aleatória, escolheu-se como primeiro jornal a ser observado o *JM*, cuja técnica foi aplicada entre os dias 25 e 30 de setembro de 2017. No *DC*, a observação ocorreu na semana seguinte, entre os dias 2 e 7 de outubro de 2017. A coincidência das datas de observação com uma parte da coleta do material foi intencional com o objetivo de verificar de que forma a rotina da redação ajuda a moldar o produto final, que é o jornal publicado no dia seguinte. Assim, foi possível entender como os jornalistas discutem as pautas de cunho regional, como elas são produzidas e editadas e, por fim, como aparecem no produto.

O objetivo da aplicação deste método na pesquisa era verificar se as cidades da região entram na reunião de pauta, na apuração das notícias e como são tratadas no momento da edição, ou seja, buscar entender como os dois periódicos tratam do tema jornalismo regional durante a rotina de produção das notícias. Por conta do curto período de aplicação da técnica e tendo como interesse observar todas as editorias, optou-se por concentrar a observação num jornalista a cada dia, sem, contudo, impedir o acompanhamento dos demais profissionais.

Como o *JM*, no momento da pesquisa, mantinha cinco jornalistas – incluindo o editor-chefe – cada um foi observado num dia da semana⁴. O *DC*, por sua vez, possuía um jornalista a mais. Por isso, num dos dias da semana, a observação ocorreu pela manhã enquanto dois repórteres cumpriam expediente. Eles foram observados simultaneamente. Vale ressaltar que, pela manhã, existia uma calma “aparente” no *DC*, pois, além dos dois jornalistas, ficava na redação apenas mais um fotógrafo. Já as tardes neste periódico aparentavam ser mais agitadas pela presença de cinco jornalistas, dos dois fotógrafos e de uma estagiária. Além disso, o setor de diagramação (com três funcionários) funciona dentro da redação também no turno vespertino.

Nas observações, foi possível perceber algumas particularidades dos jornais de Ponta Grossa. Ambos não possuem reunião de pauta – pelo menos na época da realização desta pesquisa (setembro/outubro de 2017). A justificativa dos editores é de que “se perde muito tempo e elas [reuniões] não são produtivas”⁵. Por meio da observação, constatou-se que a prioridade para os jornalistas do *JM* é alimentar o *Portal A Rede* e eles não são responsáveis por “fechar uma página”⁶, como seus colegas do *DC*.

⁴ O jornalista do projeto *Vamos Ler* ficou de fora da observação por não permanecer na redação.

⁵ Informação repassada pelo Editor B quando da realização da observação na redação.

⁶ Jargão jornalístico sobre a responsabilidade do jornalista por uma editoria e/ou uma página de jornal impresso.

Acerca da cobertura regional, foco da observação, percebeu-se que no *JM* há uma tendência a usar dados regionais somando mais municípios, tornando o conteúdo noticioso efetivamente regional, diferente do *DC*, em que as pautas são mais pontuais, isto é, tratam apenas de um município (abrangência local). As decisões ficam evidentes também nos produtos. No *JM*, um mesmo assunto, muitas vezes, refere-se a diversos municípios, enquanto que no *DC* é comum publicar-se notícias que interessam a apenas uma cidade em questão.

Essas práticas podem ser confirmadas pelos dados levantados na análise de conteúdo. Nas capas do *JM*, 16% das chamadas eram de abrangência regional, enquanto que no *DC*, o percentual chegou a 13%. Nas páginas internas, durante a análise de conteúdo, uma das variáveis era sobre a abrangência, codificadas em Local (quando o texto dizia respeito a um município específico)⁷, Regional (quando o texto localizava mais de uma cidade vizinha), Estadual (interesse estadual), Nacional (interesse para o Brasil) e Internacional (assunto que ultrapassa fronteiras nacionais). O estudo mostrou que 29% dos textos do *JM* sobre municípios da região eram de cunho regional contra 24% do *DC*.

Um exemplo dessa linha editorial: nos dois primeiros dias de observação no *JM*, o repórter da editoria Dinheiro trabalhou numa pauta sobre o Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP)⁸, cujos dados mostravam que Castro e Tibagi estavam entre os maiores produtores do Paraná. Representando 10% do VBP estadual, segundo a apuração realizada pelo jornalista, o assunto ganhou a manchete da edição do *JM* de quarta-feira (27 de setembro de 2017). O detalhe é que o texto da capa não cita as cidades dos Campos Gerais que se destacaram nesse índice econômico (Figura 1).

⁷ No resultado da pesquisa, esta variável demonstra se o acontecimento noticiado é exclusivo do município citado (ou que ele aparece apenas com Ponta Grossa).

⁸ Índice divulgado anualmente pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Figura 1 - Manchete com tema regional no Jornal da Manhã

Vôlei Prefeitura fecha parceria com o Caramuru e coloca PG na vitrine da Superliga

jornaldamanhã
PONTA GROSSA QUARTA-FEIRA, 27 DE SETEMBRO DE 2017 ANO LXXV Nº 18.100 R\$ 3,00
WWW.JORNALDAMANHA.PR.COM BR E-MAIL: JOM@JORNALDAMANHA.PR.COM

Faturamento do agronegócio da região soma R\$ 8,13 bi em 2016
Valor Bruto da Produção (VBP) Agropecuária do Estado fechou o ano de 2016 em R\$ 88,83 bilhões. A regional de Ponta Grossa, que abrange os 18 municípios, totalizou R\$ 8,13 bilhões, correspondendo a 9,15% do valor paranaense.

Finanças 50% das prefeituras equilibram contas e depositam parcela do 13º salário

Escarpa Devoniana Entidades de PG divergem sobre preservação da área

Barridos Asfalto Enquete elige ruas que devem ser pavimentadas

Camista e business Motoristas do Uber fazem protesto em PG contra projeto

Evento Mulheres Humanistas realizam congresso em PG

Cooperativa tem superavit: Scredri reporta crescimento superior a 16% no 1º semestre

Fiep elenca obras prioritárias para a região

Obras Saespar realiza intervenções em vias centrais

Luzo Jato TRF aumenta a pena aplicada a José Dirceu

Cádsio Queimadas forçam fuga de animais para áreas urbanas

tozetto

Fonte: Reprodução da primeira página da edição 19.901 do JM, 27/09/2017.

No *DC*, por sua vez, durante a observação, as pautas sobre os municípios foram, em sua maioria, isoladas. No quarto dia de visita, por exemplo, observou-se que um dos repórteres recebera informações sobre homicídio em Imbaú e que a jornalista que cumpre expediente pela manhã repassou para o repórter da editoria de Cidades que fica à tarde pautas sobre homicídio em Palmeira e acidente em Reserva. No dia seguinte (6 de outubro de 2017), somente o assassinato em Palmeira foi publicado na edição impressa do *DC*, entre as três pautas comentadas pelos jornalistas no dia anterior (Figura 2). Uma constatação que se faz, nesta comparação entre os dois jornais, é que notícias mais abrangentes costumam receber mais espaço e ser tratadas como “jornalismo máximo”, enquanto que as mais pontuais, específicas de um único município, parecem não ser tão valorizadas. No exemplo acima, o texto sobre Palmeira foi publicado em forma de nota, no “pé” da página, isto é, um dos espaços menos privilegiados do jornal.

Figura 2 – Notícia sobre acontecimento de Palmeira no Diário dos Campos

6A **Cidades** **DIÁRIO DOS CAMPOS**

Porta Grossa, sexta-feira, 6 de outubro de 2017

Previsão do Tempo

Porta Grossa

05/10 27/28
06/10 21/24
07/10 21/24
08/10 21/24
09/10 21/24
10/10 21/24

Campos Gerais

1 - Pradópolis 2 - Castro
3 - Ortiguitas 4 - T. Forte
5 - São João 6 - Jaguaribão

DC interativo

Arrestos mais feitos ontem no DF do DC: **8,10%**

Arrestos mais feitos no DF de notícias: **6,38%**

Classe de tempo (horários) mais visto em Ponta Grossa: **2,49%**

Redes sociais e sites de vídeos mais usados em Ponta Grossa: **87,1%** e **42,9%**



INSEGURANÇA *Rapaz foi assassinado ao tentar defender a namorada de um estuprador na quarta-feira, no bairro Chapada*

Roubos, violência e mortes preocupam população de PG

LUANA SOUZA

Casos graves de assalto, mortes e violência tem gerado insegurança e medo em toda a população. Se crimes envolvendo roubos já preocupam, situação ainda as vítimas são ameaças pelos criminosos tornam tudo ainda mais complicado, gerando uma mistura de sentimentos, entre revolta e insegurança. Além disso, existe outra situação alarmante: que é a violência contra a mulher. Registros de abusos sexuais, estupro e espancamento são e serão juntos na rotina cotidiana de criminalidade no município.

Exemplo disso é o crime registrado na noite de quarta-feira (4), no bairro Chapada. Um rapaz de 30 anos, identificado como Paulo César Batista, foi morto a tiros por tentar defender a namorada de um estuprador. A situação aconteceu quando a adolescente (nome preservado) e Paulo foram abduzidos pelo criminoso na Rua Antônio Scherzinger.

O suspeito estava armado com revólver e disse que se tratava de um assalto. Em seguida, afirmou que os dois entraram em um motel e começaram a abusar sexualmente da jovem. Segundo a polícia, durante o estupro, o bandido ainda apontava a arma na cabeça da vítima. Na tentativa de tentar defender a namorada, Paulo entrou em luta corporal com o suspeito e acabou baleado com dois tiros. Um dos disparos atingiu o braço e o outro perfurou o pulmão da vítima.

De acordo com a PM, o autor fugiu momentos depois levando a bicicleta de uma das vítimas. Equipes do

SAU e Saram prosaram os primeiros atendimentos ao rapaz e depois o encaminharam para o hospital Santa Casa de Misericórdia. Mas, por conta dos ferimentos, a vítima não resistiu e morreu horas depois. O corpo foi encaminhado ao Instituto Médico Legal. A jovem também foi socorrida e levada ao Pronto Socorro para receber atendimento médico e, em seguida, foi conduzida à delegacia para conferência de laudo pericial.

INVESTIGAÇÃO

De acordo com os relatos da adolescente, o autor do crime tinha 1,70 metro de altura e apresentava-se na altura do peso. Segundo o delegado de Furtos e Roubo, Maurício Souza da Luz, a Polícia Civil trabalha na identificação do suspeito e coleta informações para descobrir se a intenção do autor era mesmo praticar um assalto ou somente o estupro da garota.

Violência

Somente neste ano, Ponta Grossa já registrou mais de mil casos de violência contra a mulher. Segundo a delegada Cláudia Krüger, responsável pela Delegacia da Mulher, apesar de alto, o número mostra que as mulheres estão denunciando cada vez mais os seus agressores. "A denúncia sempre alta, mas vem ao lado de um fator positivo, visto que existe uma rede de apoio, inclusive o crescimento da população. Além disso, as mulheres já estão em meio a rede buscando rescatista de denúncia", comenta.

Denúncia

Denúncia de agressão contra o marido podem ser feitas diretamente na Delegacia da Mulher, localizada na Rua XV de Novembro, 909 - Centro, ou pelo 190 da Polícia Militar.



PAULO César foi morto na noite de quarta ao tentar proteger a namorada

Megaoperação

Busca por assaltantes de carro-forte continua

Polícia de diversos municípios dos Campos Gerais e também de Curitiba seguem com o objetivo de capturar o bandido que tentou assaltar um carro-forte, na região de Chaguinha, na manhã de quarta (4).

De acordo com a Polícia Rodoviária Federal, as últimas informações apontam que a quadrilha teria abandonado um idoso que havia sido pego como refém em Ipiranga, na estrada do Carmo, próximo do Campo Largo, na noite de quarta. Em contradição à fuga, os bandidos roubaram ainda uma S10 e seguraram também a S10 e seguraram um assalto. Um homem de 61 anos foi feito refém e liberado momentos antes da fuga dos suspeitos sentido Curitiba.

As buscas ocorreram com o apoio do Batalhão de Polícia Militar de Operação Aérea que, com uso de uma aeronave, procurou pelos bandidos.



ACIDENTE aconteceu na noite de quarta-feira (4), na BR-376

Fatalidade

Trabalhador morreu atropelado por veículo na BR-376

O trabalhador José Galvão de Ávila, 51 anos, morreu momentos após ser atropelado na noite de quarta-feira (4), na BR-376, em Ponta Grossa. De acordo com informações da Polícia Rodoviária Federal, que prestou atendimento ao acidente, a vítima foi atropelada por um veículo GM Onix, placas de Ipiranga. José Galvão trabalhava

Solidariedade

Mulher com câncer pede ajuda à comunidade

I. A. E. 31 anos, é cuidadora de papai e enfrenta a batalha contra um câncer no estômago há mais de cinco anos. Com menos de R\$ 30 por dia que recebe, ela se divide entre comprar alimentos para sustentar os quatro filhos e comprar medicamentos e injeções para dor. Segundo ela, a Prefeitura de Ponta Grossa está com a falta de alguns remédios, fator que faz com que I. tire do próprio bolso para pagar.

Tudo poderia ocorrer. Os remédios de uso contínuo não são distribuídos há dois meses. A Prefeitura só me entrega uma caixa com quatro injeções, sendo que preciso tomar três por dia. Cada uma delas custa R\$ 12. Não tenho o que dar de comer para os meus filhos, que

A catadora de lixo ainda que recebe R\$ 60 do Itáca Família, mas que utiliza este valor para alimentar os filhos e pagar contas da casa que se encontra em situação precária. "Se posso ajudar para que os pequenos tenham acesso aos alimentos ou para que os pais possam pagar as contas", diz ela.

RETORNO

Em nota, a Prefeitura de Ponta Grossa informou que a mulher tem Cadastro Único para Programas Sociais (Cadastro) e é referenciada no Centro de Referência Especializado de Assistência Social (CREAS).

uma conta bancária para a família, e que irá cancelar mais uma conta.

Com relação aos medicamentos, a Prefeitura disse que os remédios estão em processo de compra e que chegará em 15 dias. Segundo a secretaria de planejamento,



EMOCIONADA, mulher fala das dificuldades

Para ajudar

Interessados em ajudar a família podem entrar em contato pelo celular (41) 91988-7135 ou enviar as doações diretamente no endereço Rua Barão do Padre, quadra 43 - lote 16, residencial União Anil. Apesar de publicar a imagem, o DC optou por não divulgar o nome da mulher citada nesta matéria.

Breves

Fedestre sofre fraturas ao ser atropelado

Um homem de 42 anos sofreu diversas fraturas após ter sido atropelado no noite de quarta-feira (4), na avenida Souza Neves, em Ponta Grossa. O acidente ocorreu por volta das 20h10, próximo ao cruzamento com a estrada do Carmo. O pedestre estava atravessando a via quando acabou atingido pelo veículo. Equipes do 1º BPM prestaram atendimento e encaminharam o cidadão para o Hospital de Referência de Ponta Grossa.

Cobrança de dívida resulta em homicídio

Um homem de 36 anos, morador de Palmeira, foi morto a tiros no final de quarta-feira (4). A vítima trabalhava como motorista e vinha sofrendo ameaças por conta de uma dívida. O rapaz chegou a ser socorrido, devido aos ferimentos, foi encaminhado para o Hospital de Referência de Ponta Grossa. No entanto, faleceu momentos depois. Investimentos dizem que os autores agiram em uma tentativa de se livrar

Fonte: Reprodução da página 6A, edição 33.188 do DC, 06/10/2017.

Também durante a observação constatou-se que os repórteres dos dois veículos de comunicação priorizam informações sobre Ponta Grossa, mesmo quando há possibilidade de ‘abrir o leque’, ou seja, quando dados sobre municípios vizinhos são de fácil acesso. Por exemplo, dois jornalistas que cobrem as editorias Cidades (DC) e Cotidiano (JM) acessaram o site do Corpo de Bombeiros do Paraná em busca de informações sobre ocorrências que poderiam render pautas. No entanto, no momento da filtragem, tanto um quanto outro buscaram

apenas por episódios registrados em Ponta Grossa, sendo que no *site* existe a possibilidade de se buscar ocorrências de toda a região dos Campos Gerais – sem a necessidade de abrir município por município.

Difícil atestar se a coincidência foi intencional ou não, mas no *JM* foram produzidas algumas matérias de cunho regional nos dias da realização da observação. Além daquela sobre o VBP, citada anteriormente, naquela semana o repórter de Política produziu uma reportagem sobre o pagamento do 13º salário dos servidores municipais da região, tendo como “gancho”⁹ uma reunião da Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG) que aconteceria nos próximos dias. O jornalista entrou em contato, via telefone ou redes sociais, com as 19 prefeituras e/ou prefeitos que integram a entidade em busca de informações. O mesmo profissional também realizou, naqueles dias, uma série de matérias sobre a Escarpa Devoniana, uma formação rochosa que corta 13 municípios – muitos deles nos Campos Gerais. Na ocasião, a Assembleia Legislativa do Paraná discutia alterações nesta área de preservação e estavam sendo realizadas reuniões nas cidades cortadas pela Escarpa.

No *DC*, a cobertura regional – além das notícias pontuais publicadas diariamente – conta com um espaço exclusivo: o Caderno Regional. O suplemento de quatro páginas *standard* é publicado quinzenalmente junto às edições de sábado. Trata-se de um projeto que remonta pelo menos 15 anos, que desapareceu por um longo período e foi retomado no dia 23 de setembro de 2017. Também fica difícil confirmar se a retomada do caderno teve alguma relação com a pesquisa, visto que no dia do seu relançamento este estudo já havia sido levado ao conhecimento do editor-chefe do *DC*.

No primeiro dia de observações no *DC*, o trabalho desta pesquisadora concentrou-se na rotina da repórter que cobre três editorias: Geral, Variedades e Coluna Social. Constatou-se que ela praticamente não realiza reportagens para as editorias Geral e Variedades. Seu trabalho resume-se a editar o material vindo das assessorias e distribuído pelas agências de notícias. Naquela tarde, ela editou um texto encaminhado pela Assessoria de Comunicação do Parque Histórico de Carambeí para ser publicado na página Variedades. Em cerca de duas horas, ela fechou a editoria Geral, após editar um texto da Agência Estadual de Notícias sobre turismo, um *release* encaminhado pela Concessionária de Rodovias RodoNorte e três textos oriundos de prefeituras da região e que foram dispostos na coluna Breves. As imagens utilizadas na página para a edição do dia seguinte eram todas de assessorias de comunicação. Feita a edição dos textos e a seleção de fotos, a jornalista informou o setor de diagramação. No final da tarde, a

⁹ Jargão jornalístico usado para justificar uma pauta que nasce por outro assunto em voga no momento (suíte).

Prefeitura de Tibagi disparara um *release*, mas como não havia mais espaço disponível no jornal impresso, o material foi disponibilizado apenas no site do jornal. Somente pela observação, não foi possível verificar o teor do *release*. Ainda naquela tarde, o editor-chefe sugeriu a criação de uma pasta na rede de computadores, a qual todos os jornalistas têm acesso, para abrigar os *releases* enviados por órgãos públicos ou empresas de municípios da região e que não foram publicados ainda para serem utilizados no Caderno Regional.

1.3 ENTREVISTAS COM OS JORNALISTAS

A terceira e última fase da pesquisa empírica consistiu na realização de entrevistas semiestruturadas com jornalistas do *DC* e do *JM*. Como as questões dependiam dos resultados das análises dos conteúdos publicados nas capas e nas páginas internas, as entrevistas foram realizadas entre os dias 18 de outubro de 2018 e 1º de novembro de 2018. O objetivo dessa fase da pesquisa foi perceber se o jornalismo regional é considerado importante pelos periódicos pesquisados.

Para a realização desta etapa, novamente entrou-se em contato com os editores-chefes de cada um dos periódicos a fim de agendar as entrevistas. Mais uma vez, eles atenderam à solicitação prontamente.

Considerada uma das técnicas inerentes à etnografia, a entrevista em profundidade é um modelo de diálogo entre o pesquisador e o pesquisado e pode ser classificada em aberta ou semiaberta, com questões não-estruturadas ou semiestruturadas. (DUARTE, 2011).

Segundo Duarte (2011), a entrevista em profundidade visa explorar um assunto para buscar o máximo de informações possíveis, além de detectar percepções e experiências da pessoa entrevistada. Depois de realizada a entrevista, o material é analisado e apresentado de forma estruturada. Entre as vantagens da abordagem está a flexibilidade de ambos os lados (entrevistador e entrevistado). “Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não-quantificação ou representação estatística”. (DUARTE, 2011, p. 62).

Burguess (1997) alerta para os problemas que podem surgir na aplicação das entrevistas. “Entre as questões que se levantam estão: a maneira de enunciar as perguntas, o enviesamento, o relacionamento e o evitamento de questões embaraçosas”. (BURGUSS, 1997, p. 129). Uma dica que o autor fornece e que não passou despercebida foi a utilização do gravador para garantir os dados importantes.

Em primeiro lugar, a entrevista precisa de ser ouvida antes de se iniciar a transcrição. Em segundo lugar, deve preparar-se um índice de temas que ocorrem ao longo da

gravação por forma a serem registrados no próprio gravador. Em terceiro lugar, só devem ser transcritos os passos relevantes. (BURGUESS, 1997, p. 131).

No presente estudo, foi aplicada a técnica de entrevista semiaberta, que é elaborada por meio de questões pré-estabelecidas e que servem de guia para o pesquisador. “Uma vantagem desse modelo é permitir criar uma estrutura para comparação de respostas e articulação de resultados, auxiliando na sistematização das informações fornecidas por diferentes informantes”. (DUARTE, 2011, p. 67).

Para que as entrevistas em profundidade sejam válidas e confiáveis, Duarte (2011) enumera três elementos: o primeiro é a seleção de informantes, já que eles precisam ser capazes de responder às questões da pesquisa; o segundo é a pertinência dos procedimentos adequados; e o terceiro, articular consistentemente as informações colhidas com a descrição dos resultados, com base num conhecimento teórico.

Neste sentido, a ideia inicial era entrevistar os dois editores, alguns repórteres e pelo menos um fotógrafo de cada jornal. Porém, depois do resultado da pesquisa – que demonstra cobertura insipiente dos municípios vizinhos a Ponta Grossa, ou seja, que os jornais raramente enviam equipes às cidades – optou-se por descartar a entrevista com os fotojornalistas. Também com base no resultado da análise do conteúdo – que mostrou uma preferência por temas relacionados à política, economia, variedades e violência/ segurança –, acredita-se que quem mais poderia contribuir para a pesquisa seriam repórteres dessas áreas.

No *DC*, foram entrevistados o editor-chefe e as repórteres de Política, Cidades e Economia. Os dois primeiros optaram por conceder a entrevista dentro do jornal, numa sala de reuniões. Eles conversaram com a pesquisadora separadamente. Já a repórter de Cidades preferiu reunir-se com a pesquisadora num café, no Centro de Ponta Grossa, e a outra jornalista foi à casa da pesquisadora para responder às perguntas.

Aos jornalistas do *JM* também foi dada liberdade aos entrevistados de escolher um local em que se sentissem confortáveis para responder ao questionário. O editor-chefe e um dos repórteres concederam a entrevista também numa sala de reuniões, na sede do jornal. Todavia, no mesmo dia, havia sido combinado com o editor-chefe de o repórter de Cotidiano também conversar com a pesquisadora, porém, aquele sugeriu o cancelamento desta entrevista, alegando que o repórter havia sido contratado recentemente, ainda passava pelo período de experiência e, principalmente, talvez não contribuísse de maneira significativa com a pesquisa. Diante dessa justificativa, acatou-se à sugestão do editor-chefe e o número de entrevistados do *JM* caiu de quatro para três. Como se trata de uma etapa complementar à pesquisa, acredita-se que essa mudança não trouxe prejuízo ao presente estudo.

O outro repórter do *JM* havia se desligado do jornal dias antes da entrevista. Por tê-lo acompanhado durante a observação da rotina (em setembro de 2017) e levando em consideração sua experiência como setorista de Política, optou-se por mantê-lo como um dos entrevistados. O questionário foi respondido em uma cafeteria, também no Centro de Ponta Grossa.

O objetivo dessa fase da pesquisa foi perceber se existe uma linha editorial que preze pela cobertura noticiosa dos municípios da Região dos Campos Gerais. Entre as perguntas formuladas estavam: quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos? Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais? Os repórteres fazem cobertura *in loco* em cidades da região? Se sim, como? Se não, por quê? Como a entrevista foi moldada em formato semiaberto, em algumas ocasiões, as respostas dos jornalistas possibilitaram acrescentar mais perguntas ao questionário original, durante o diálogo¹⁰.

Todos os jornalistas responderam que há sim cobertura regional, mas cada um forneceu detalhes que chegam até a contradizer o que aparece no produto final, ou seja, na edição do jornal em si. Por exemplo, um dos editores respondeu que costuma colocar no título ou em destaque o nome da cidade da qual trata o assunto, porém, ao visualizar as capas do periódico, as cidades quase não aparecem com evidência, ou seja, é preciso abrir o jornal e ir à página sinalizada sobre a notícia para descobrir de qual município se trata a notícia.

Por outro lado, as entrevistas confirmaram alguns resultados obtidos pela análise de conteúdo, como, por exemplo, os municípios que mais aparecem – todos os jornalistas questionados responderam Castro e Carambeí (não necessariamente nessa ordem) como as cidades da região que mais têm espaço nos jornais – e os assuntos que levam as cidades a se tornar pauta: política, economia, violência/segurança.

As entrevistas mostram ainda um pouco sobre o quanto os jornalistas conhecem (ou desconhecem) a Região dos Campos Gerais. Um dos editores revelou que o jornal não realiza cobertura *in loco* em municípios como Fernandes Pinheiro e Teixeira Soares por causa da distância e de suposto “difícil acesso” (EDITOR A, 2018). Contudo, Teixeira Soares está a 56 quilômetros de Ponta Grossa, enquanto Fernandes Pinheiro fica distante 70 quilômetros. Todavia, a título de comparação, uma das cinco cidades que mais aparecem nos dois jornais durante o período analisado é Jaguariaíva, município que fica a 118 quilômetros de Ponta Grossa.

¹⁰ O questionário completo bem como as entrevistas transcritas na íntegra estão nos Apêndices A ao G.

CAPÍTULO 2

FUNDAMENTANDO A PESQUISA: CONCEITOS E TEORIAS PARA O JORNALISMO REGIONAL

Como referencial teórico, a pesquisa está embasada no paradigma do construtivismo social. Ou, em outros termos, no que Nelson Traquina (2004, p.168) denomina como “teorias construcionistas”. “Teorias são como prismas através dos quais o observador olha e procura enxergar, reconhecer e interpretar o mundo”. (BARROS; JUNQUEIRA, 2001, p. 32). Segundo Guba (1990), os construtivistas entendem que a realidade é o constructo de um mapa cognitivo e, como tal, define ações e interpretações sobre o mundo, por isso, existem vários mundos possíveis. Além disso, tais abordagens compreendem que o conhecimento é uma construção humana, problemática e sempre em mudança. O construtivismo, de acordo com Guba (1990), não tem a pretensão de prever e controlar o mundo real (positivismo e pós-positivismo), tampouco transformá-lo (teóricos críticos), mas apontar que o mundo é fruto de uma construção e/ou reconstrução e da interação entre as pessoas e a natureza.

Sobre o fio condutor da pesquisa, que é o referencial teórico, importante destacar o apoio de autores como Tuchman (1983; 2016), Berger e Luckmann (2004) e Alsina (2009), que tratam as notícias como construção social da realidade. Alsina (2009) resume a efetividade do discurso jornalístico: fazer a informação chegar, fazer crer (persuadir), fazer agir (manipular) e fazer sentir (emocionar). Para isso, o autor destaca que a construção da notícia é um processo de três fases: a produção, a circulação e o consumo (reconhecimento). Apresentando estes conceitos, ele define o que é notícia: “uma representação social da realidade cotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”. (ALSINA, 2009, p. 14).

Segundo o autor, o acontecimento é um fenômeno de percepção do sistema enquanto a notícia é um fenômeno de geração do sistema. A partir dessa diferenciação, Alsina (2009) aponta dois modelos de análise sobre a mídia como construção da realidade: a mídia tende a construir uma realidade aparente, uma ilusão (manipula e distorce a realidade objetiva ou produz uma simulação da realidade social); a mídia é quem cria uma estrutura social ou uma realidade socialmente compartilhada (sociosemiótica e etnometodologia). “Os acontecimentos chegam até nós através da mídia e são construídos através da sua realidade discursiva”. (ALSINA, 2009, p. 45).

A construção social da realidade está ligada a um processo de institucionalização de práticas e papéis. Por isso, os jornalistas desempenham um determinado papel, que é legitimamente institucionalizado. No entanto, Alsina (2009) frisa que a construção da realidade por parte da mídia é um processo que inclui a produção, a circulação e o consumo. É neste sentido que a relação entre o jornalista e o público só existe por um “contrato pragmático fiduciário social e historicamente definido”. (ALSINA, 2009, p. 47). Alsina (2009, p. 65) conclui que “a mídia não reflete a sociedade, mas a representa. Nessa representação nem todos os agentes sociais recebem o mesmo tratamento jornalístico em quantidade nem em qualidade”.

Berger e Luckmann (2004, p. 67) explicam como o conhecimento é resultado da construção social da realidade: “encontro o conhecimento na vida cotidiana socialmente distribuído, isto é, possuído diferentemente por diversos indivíduos e tipos de indivíduos”. Para os autores, “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente”. (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 35). Isso acontece cotidianamente, na vida em sociedade, por meio da linguagem e, nesse sentido, os meios de comunicação têm participação decisiva. “A distribuição social do conhecimento começa assim como simples fato de não conhecer tudo que é conhecido por meus semelhantes, e vice-versa, e culmina em sistemas de perícia extraordinariamente complexos e esotéricos”. (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 68).

Schutz (2014), por sua vez, aborda as zonas de significação, que são um sistema de alerta. São esses conjuntos, de ondas intersubjetivas, que afetam o endogrupo, afetam a pessoa em si e sua ação. Conforme se vai entrando na vida social, as ondas vão ficando mais amplas e complexas. Isso significa um leque de conhecimentos em diferentes graus, que todo ser humano possui: 1. a parte do mundo a nosso alcance que podemos observar; 2. outros campos não abertos a nosso domínio; 3. outras zonas que, por um momento, não têm vinculação com nossos interesses e 4. zonas não significativas, basta crer cegamente nelas (SCHUTZ, 2014). É nessa perspectiva que entra a importância do jornalismo, já que é ele quem aponta, em alguma medida, os assuntos ou temas relevantes ou não para a significação do sujeito.

De acordo com Schutz (2014), o conhecimento é distribuído no ser humano da seguinte forma: esperto (suas opiniões se baseiam em afirmações fundamentadas), homem comum (conhecimento guiado por sentimentos e paixões) e cidadão bem informado (aquele que tem opiniões razoavelmente fundamentadas). Este último é considerado o tipo ideal, por que, segundo o autor, “[...] o cidadão bem informado de uma sociedade democrática tem o dever e o privilégio de fazer com que sua opinião privada prevaleça sobre a opinião pública do homem

comum”¹¹. (SCHUTZ, 2014, p. 133, tradução nossa). Mas, na vida cotidiana, os três “sujeitos” convivem na mesma pessoa, ora ocupando um tipo, ora outro.

Tuchman (1983; 2016) recorre a Berger e Luckmann e também a Schutz para explicar a rotina diária dos jornalistas, uma vez que estes profissionais (assim como todas as demais pessoas) usam de seus constructos em seu trabalho e ações cotidianas; ao mesmo tempo em que defende a sociologia do conhecimento (que não descarta o senso comum como uma das formas de conhecimento), ela critica a teoria positivista. A linha teórica na qual se baseia está mais preocupada com a significação e, por isso, Tuchman estuda a rotina dos jornalistas, ou seja, aquilo que eles fazem sistemática e naturalmente.

Entre os contrapontos da sociologia interpretativa (na qual se fundamenta Tuchman) e o positivismo estão a separação do sujeito e do objeto. Enquanto para o positivismo o sujeito pode ser imparcial para permitir que o objeto prevaleça, para a sociologia interpretativa não há separação e os sujeitos fazem parte do objeto. Neste sentido, o jornalismo seria responsável pela construção da realidade, como já apontado por Schutz e Berger e Luckmann.

[...] a notícia reproduz-se a si mesma como algo histórico dado. Não só define e redefine, constitui e reconstitui significados sociais; também define e redefine, constitui e reconstitui maneiras de fazer as coisas: os processos existentes nas instituições existentes¹². (TUCHMAN, 1983, p. 210, tradução nossa).

A autora remete ainda à consciência compartilhada de ordem social para a distribuição do conhecimento, baseada em Schutz, e diz que ela é dependente de significados compartilhados. “Essas características da atitude natural identificadas pelos etnometodólogos especificam como trabalham as pessoas num estado de suma vigilância para apreender e criar significados”¹³. (TUCHMAN, 1983, p. 202, tradução nossa). É nesta perspectiva que, em outro texto, Tuchman (2016, p. 74), sugere que a “objetividade” pode ser vista como um ritual estratégico, protegendo os jornalistas dos riscos da sua profissão, e que esse ritual é cotidiano e sistemático.

O estudo de Fischman (1983) foca em como as rotinas da redação interferem na escolha do que será noticiado e, conseqüentemente, como isso se mostra uma construção social da realidade. Para confirmar sua hipótese, Fishman (1983, p. 11) relembra uma suposta onda de crimes contra idosos praticados no fim de 1976 em Nova Iorque (EUA). As vítimas eram

¹¹ “[...] el ciudadano bien informado de una sociedad democrática tiene el deber y el privilegio de hacer que su opinión privada prevalezca sobre la opinión pública del hombre común”. (SCHUTZ, 2014, p. 133).

¹² “[...] la noticia se reproduce a si misma como algo histórico dado. No sólo define y redefine, constituye y reconstituye significados sociales; también define y redefine, constituye y reconstituye maneras de hacer cosas: los procesos existentes em las instituciones existentes”. (TUCHMAN, 1983, p. 210).

¹³ “Esas características de la actitud natural identificadas por etnometodólogos especifican cómo trabajan las personas en un estado de suma vigilancia para apreender y crear significados”. (TUCHMAN, 1983, p. 202).

brancas, moradoras de um determinado bairro enquanto os autores eram jovens negros, com ficha criminal extensa e passagens por reformatórios. Sem publicar estatísticas ou outros dados oficiais sobre o suposto aumento dos crimes, alguns jornalistas, de acordo com o autor, duvidavam da onda, mesmo assim, guiados por outros assuntos que acabaram sendo gerados pelo primeiro e devido à concorrência, continuaram a publicá-la.

Buscando entender como o assunto tomou conta do noticiário e mobilizou as autoridades políticas e a sociedade civil, Fishman (1983, p. 16-17) descobriu que tudo começou depois que integrantes de um grupo policial especializado no combate ao crime contra idosos externaram o sentimento de desprestígio, o que gerou a primeira reportagem apontando sobre a suposta onda de violência. Depois da primeira notícia, essas fontes queixaram-se que a justiça soltava os jovens logo após a prisão. Como nunca houve a confirmação do crescimento de crimes, Fishman (1983, p. 18, tradução nossa) acredita que, neste caso,

as agências de notícias criaram a onda, não no sentido de que inventaram os crimes, mas no sentido de que deram uma forma e um conteúdo determinantes a todos os incidentes sobre os que informaram. Por obra da imprensa, surgiu um fenômeno que transcendeu os acontecimentos individuais que eram suas partes constitutivas. Uma onda de crimes é uma “coisa” presente na consciência pública, que organiza a percepção das pessoas sobre um aspecto da comunidade em que vivem e foi esta “coisa” o que foi criada pelos meios de informação¹⁴.

Durante suas pesquisas em jornais impressos e emissoras de televisão, o autor concluiu que o processo de produção das notícias é composto por quatro etapas e se referem aos métodos utilizados pelos jornalistas. Através destes métodos, eles “1) detectam acontecimentos, 2) os interpretam como acontecimentos significativos, 3) investigam seu caráter factual, e 4) os coletam ou os ‘montam’ em notas e artigos”.¹⁵ (FISHMAN, 1983, p. 24, tradução nossa).

O jornalista tem papel importante porque leva ao público um conhecimento que este não experimentou. Neste sentido, é importante destacar o papel das rotinas produtivas que, segundo Tuchman (1983; 2016) e Fishman (1983), interferem, em alguma medida, no resultado final: as notícias publicadas.

¹⁴ “las agencias de noticias crearon la ola, no en el sentido de que inventaron los crímenes, pero sí en el sentido de que dieron una forma y un contenido determinantes a todos los incidentes sobre los que informaron. Por obra de la prensa, surgió un fenómeno que trascendió a los acontecimientos individuales que eran sus partes constitutivas. Una ola de crímenes es una “cosa” presente en la conciencia pública, que organiza la percepción de las personas acerca de un aspecto de la comunidad en que viven y fue esta “cosa” lo creado pelos medios de información”. (FISHMAN, 1983, p. 18).

¹⁵ “1) detectan acontecimientos, 2) los interpretan como sucesos significativos, 3) investigan su carácter fáctico, y 4) los recopilan o “montan” en notas y artículos”. (FISHMAN, 1983, p. 24).

2.1 TEORIA DO FRAMING

Ainda dentro da discussão teórica, ressalta-se o enquadramento ou *framing* – um sistema de seleção natural e cognitivo que tem a capacidade de reduzir o grau de complexidade das coisas e está presente em várias áreas do conhecimento (sociologia, psicologia, comunicação) e também no jornalismo. No caso do jornalismo regional, ele pode ser considerado a partir do momento em que se elege expor um município mais que o outro, certos temas em detrimento de outros e assim por diante, caracterizando aspectos de uma determinada região.

Robert Entman, Jorg Matthes e Lynn Pellicano (2009, p. 177) explicam o que é um quadro no sentido que está sendo analisado: trata-se de uma moldura que repetidamente invoca os mesmos objetos e traços, palavras e símbolos em uma série de comunicações que se concentram num determinado período. O objetivo desses quadros é promover, segundo eles, a interpretação de uma situação e/ou ator e, assim, forçar uma resposta. Em meio a esse processo, reconhecem os autores, estão julgamentos morais que aparecem por conta da carga emocional. No jornalismo, isso é bastante visível quando um mesmo tema é pautado quase que diariamente e, por conta disso, as pessoas já fazem seu pré-julgamento.

Entman (1993, p. 52) sinaliza que os quadros (*frames*) também são chamados de esquemas e eles têm pelo menos quatro locais no processo de comunicação: o comunicador, o texto, o receptor e a cultura. As funções do enquadramento, de acordo com o autor, são selecionar e destacar certos elementos e o uso desses destaques são utilizados na construção de argumentos seja para causas e problemas ou avaliação e/ou solução (ENTMAN, 1993, p. 53). “Assim, enquadramentos são esquemas interpretativos socialmente construídos que nos permitem reconhecer e situarmo-nos frente a eventos e situações”. (ANTUNES, 2009, p. 92).

Exemplos de enquadramento nos dias atuais são a Operação Lava-Jato¹⁶ e o acidente com o time da Chapecoense¹⁷. Sempre que se lembra desses episódios – aos quais a maior parte da população brasileira teve acesso por meio da mídia – vêm à mente uma série de quadros sobre os dois acontecimentos; molduras produzidas pela imprensa. Por isso, Entman, Matthes

¹⁶ Informações sobre o caso podem ser acessadas por este link: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/caso-lava-jato/entenda-o-caso>. Acesso em 10 abr.2019.

¹⁷ Informações sobre o caso podem ser acessadas por este link: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/11/aviao-com-equipe-da-chapecoense-sofre-acidente-na-colombia.html>

e Pellicano (2009, p. 181) consideram que esses enquadramentos produzidos pela mídia afetam a formação da opinião pública.

Por outro lado, há aqueles assuntos que permanecem desconhecidos porque a mídia não trata deles. No caso do jornalismo regional, é impossível atestar a quantidade de informações e dados que podem render notícias sobre as cidades dos Campos Gerais, mas não o são porque os meios de comunicação não os incluem, não os investigam. Neste sentido, Entman (1993, p. 54) ressalta que a exclusão de interpretações por quadros é tão significativa para os resultados quanto a inclusão. Ainda segundo o mesmo autor, as respostas dos receptores são claramente afetadas se percebem e processam informações sobre uma interpretação e possuem poucos ou inmensuráveis dados sobre alternativas.

Além de salientar e selecionar elementos, o *framing* também pode jogar uma luz negativa ou positiva sobre determinado acontecimento e, assim, gerar reações e impactos distintos no público. “Vários estudos têm mostrado que uma mensagem negativamente enquadrada enfatizando perdas tende a ter um impacto maior sobre um determinado comportamento do que a mensagem logicamente equivalente, positivamente enquadrada”.¹⁸ (ENTMAN; MATTHES; PELLICANO, 2009, p. 182, tradução nossa).

O trio afirma que o *framing* ultrapassa o processo psicológico individual, tornando-se uma estratégia para a comunicação política. Segundo os autores, os processos de enquadramento ocorrem em quatro níveis: na cultura; nas mentes das elites e dos comunicadores políticos; nos textos das comunicações; e na mente dos cidadãos individuais. (ENTMAN; MATTHES; PELLICANO, 2009, p. 176).

Entman, Matthes e Pellicano (2009, p. 179, tradução nossa) explicam que “quadros bem-sucedidos devem diagnosticar um problema (enquadramento diagnóstico), propor soluções e táticas (enquadramento prognóstico), e motivar para a ação (enquadramento motivacional)”¹⁹. No jornalismo, a análise de quadros examina a seleção e destaque de certos aspectos de uma questão explorando imagens, estereótipos, metáforas, atores e mensagens. (ENTMAN; MATTHES; PELLICANO, 2009, p. 179). O ponto essencial na definição de *frame* para Erving Goffman (2012, p. 30) é a pergunta “O que está acontecendo aqui?”. De acordo com o autor, a resposta varia conforme a exposição do indivíduo ao assunto.

¹⁸ “Multiple studies have shown that a negatively framed message emphasizing losses tends to have a greater impact on a given behavior than the logically equivalent positively framed message emphasizing gains”. (ENTMAN; MATTHES; PELLICANO, 2009, p. 182).

¹⁹ “successful frames must diagnose a problem (diagnostic framing), propose solutions and tactics prognostic framing), and motivate for action (motivational framing)” (ENTMAN; MATTHES; PELLICANO, 2009, p. 179).

Para os jornalistas, a pergunta é essencial e evidente no trato da notícia. Os próprios profissionais possuem seus quadros a partir das experiências individuais, mas também no compartilhamento de informações com seus pares. Segundo Antunes (2009, p. 86),

podemos dizer que a interpretação do mundo feita pelos diferentes agentes sociais e tipificada pelo jornalista por meio da notícia se baseia em um “acervo de experiências prévias” que funcionam como um esquema de referências, a partir de uma espécie de “conhecimento à mão”.

O mesmo autor continua:

O fundamental é que, na perspectiva das teorias do jornalismo, o fator tempo aparece como um quadro explicativo para dizer porque uma dada comunidade profissional (jornalistas), em um dado ambiente organizacional (as organizações jornalísticas), no interior de um dado processo de produção (as práticas jornalísticas), produz um tipo específico de produto (as notícias) (ANTUNES, 2009, p. 89).

Constata-se que a Teoria do *Framing* busca especificar que o jornalismo se vale de enquadramentos seja para manter um *status quo* seja para realizar um contra-enquadramento. Neste sentido, o *frame* está mais ligado à ordem do psicológico do público e, por que não, do jornalista, do que à questão linguística. Produzir quadros é reiterar alguns temas e formatos que podem até levar a uma construção ideológica, no sentido de convencimento. Essa saliência corrobora para que o *framing* caminhe lado a lado com a Teoria do Agendamento, segundo a qual alguns temas são potencializados em detrimento de outros graças à agenda midiática.

Além disso, levando em consideração a psicologia e a sociologia, o conceito ou a metodologia do enquadramento não precisam ficar restritos ao produto do jornalismo. Eles podem ser úteis para entender o que diferencia o modo de produção dos jornalistas de outros coletivos. A partir disso, cria-se um sistema, uma tipificação. Foi nesse sentido que Tuchman aplicou o enquadramento no seu estudo sobre as redações.

2.2 A CIÊNCIA DOS JORNAIS, CONFORME OTTO GROTH

A Ciência dos Jornais, de Groth (2011), também é fundamental para conceituar pragmaticamente esta pesquisa.

Foi um achado significativo, absolutamente transformador quando uma cabeça cheia de ideias descobriu na virada do século XVI que o rendimento de notícias atuais de todo o mundo, impressas isoladamente, como era até então corriqueiro, pode ser combinado com a publicação contínua, com a periodicidade do publicar e que com isso pode alcançar-se uma ocupação duradoura e uma receita contínua. Este foi o começo da imprensa mundial, um poder cultural de primeira linha. Mas nem tudo pode ser combinado com tudo. O que tem sentido só pode ser configurado em uma dimensão limitada, tem um determinado raio de ação, tem a sua própria capacidade e compatibilidade, a sua “área de determinação”, a sua “dimensionalidade”. (GROTH, 2011, p. 106).

Segundo o autor, periodicidade e publicidade são características ligadas à forma do jornal, enquanto a universalidade e a atualidade têm relação com o conteúdo, mas as quatro se conectam e são consideradas, nas palavras de Groth (2011), subjetivas/objetivas. Para o autor, jornal não é sinônimo de notícia. Na pesquisa, ele também ressalta que desconsidera jornal como sinônimo de empresa jornalística ou o nome do empreendimento que o produz. Jornal, de acordo com ele, é mais que o produto que chega ao consumidor.

Segundo o autor, a periodicidade – que inclui em si a ideia de regularidade – é uma característica essencial para o jornal se distinguir de outras publicações como os livros, por exemplo, e isso está ligado à qualidade do produto. Ou seja, só pode se tornar uma publicação periódica aquilo que tem condições de retornar periodicamente, pela aceitação do público, o que não necessariamente tem a ver com estatística (Groth, 2011). “Os números (exemplares) são unicamente os produtos, dos quais nós podemos tirar as conclusões sobre a ideia uniforme produzida neles” (GROTH, 2011, p. 151).

Dines (2009) ressalta que a periodicidade tem a função de interligar uma edição a outra e, por isso, o jornal impresso não finda no prazo de 24 horas. “Todo jornal continua amanhã”. (DINES, 2009, p. 66). Segundo este autor, a periodicidade é que faz com que os veículos de comunicação tenham suas marcas próprias, estilos e logotipos.

Quanto mais intensa for a periodicidade, mais intensa deve ser a preocupação com a ligação temporal. É por isso que um jornal diário deve ter grandes compromissos com sua continuidade, tanto na aparência quanto no estilo, ou na sua linha de pensamento. Uma revista semanal, menos; uma mensal, menos ainda. (DINES, 2009, p. 68).

Com o seu retorno periódico, jornais e revistas incitam e coagem os leitores à leitura, os acostumam a eles, ao seu pensar e querer e alcançam por fim uma dependência uns dos outros, uma ligação recíproca, que se intensifica até tornar-se imprescindível, não só no aspecto comercial, político, de entretenimento e assim por diante, mas também no emocional, psíquico (GROTH, 2011). O veículo de comunicação deseja que sua marca se torne uma identidade entre o público leitor e a sua região de abrangência.

A outra característica da Ciência dos Jornais é a universalidade, no sentido de variedade, ou seja, ao volume de assuntos e temas tratados no jornal. O autor alemão explica que universalidade significa a presença de informações de todas as áreas, mas isso sempre em forma de recorte. “O jornal vê o seu universal necessariamente na perspectiva do presente, o seu universal se forma e colore-se na escolha, na concepção e no tratamento do material atual” (GROTH, 2011, p. 177).

O destaque, no sentido da universalidade, é a relação de “mundos” que o leitor pode fazer através do jornal. Segundo Groth (2011, p. 167, grifo do autor),

cada um vivencia permanentemente na unidade da sua autoconsciência como uma unidade, como o seu *'mundo'*, *este que na sua materialidade é o 'mundo em torno de (físico/natural) ou exterior' e no seu aspecto pessoal (social) é o 'mundo de (social)' cada um.*

De acordo com o autor, o ser humano precisa buscar informações sobre o mundo diante de si para tomar posições e é aí que entra a importância da universalidade do jornal. Por isso, segundo o pesquisador, jornais e revistas tornaram-se um poder no Estado e na sociedade, assim como a burguesia. “Mediar o conhecimento de todas estas relevâncias de todas as áreas da vida e da cultura, da sociedade em todas as suas partes, esta é hoje a tarefa do periódico”. (GROTH, 2011, p. 172). É por conta disso que o autor defende que a tarefa do jornal não é publicar só notícia, mas também emitir opiniões, interpretações e comentários.

O autor comenta ainda que a universalidade está ligada a uma época e que, em várias ocasiões, o que poderia ser levado ao conhecimento do público não foi. “A pesquisa histórica da Ciência dos Jornais não deve questionar somente o que está no jornal, mas também o que não está, mas que poderia ou deveria estar”. (GROTH, 2011, p. 206). Ainda segundo o pesquisador, a universalidade não deve ser considerada plenitude.

De acordo com Groth, a palavra atual tem um duplo significado: real, de fato, efetivamente acontecido, e agora, novo. Para a Ciência dos Jornais, “atualidade designa em si a característica e a tarefa do jornal de oferecer, de mediar algo atual, portanto, presente, agora, em voga, novo”. (GROTH, 2011, p. 223). No entanto, o autor ressalta que algo pode ser atual, mas não necessariamente novo, como um fato histórico. Ele é atual porque só agora chegou ao conhecimento público. Atualidade significa também “*uma proporção temporal, um período entre o momento da mediação (publicação) do jornal e o momento (vivência do presente) do ser e do acontecer a ser mediado*” (GROTH, 2011, p. 225, grifo do autor).

Na questão espacial, a publicidade pode ser horizontal, extensiva ou de latitude ou publicidade vertical, intensiva ou de profundidade.

O desenvolvimento histórico mostra no conjunto da imprensa um aumento extraordinário da *intensidade da expansão do jornal*, sobretudo da *publicidade de profundidade*. Nós podemos, portanto, falar de uma *lei de desenvolvimento da densificação da publicidade* válida para o desenvolvimento da imprensa como um todo, enquanto *a publicidade de latitude de cada jornal dentro da sua área de distribuição está sujeita à lei estrutural da intensidade degressiva da publicidade*. (GROTH, 2011, p. 285, grifo do autor).

Para concluir os argumentos que levam as ideias de Groth (2011) à presente pesquisa, segue uma citação de sua obra, que evidencia o que ele considera “poder cultural”. “A imprensa periódica está presa à ‘sociedade’ no seu sentido e na sua produção, nas suas finalidades e nas suas influências como raramente um outro sistema cultural qualquer o é”. (GROTH, 2011, p. 127). Portanto, ao analisar os jornais ponta-grossense, considera-se que eles integrem a

sociedade dos Campos Gerais ao se declararem regionais. Em alguma medida, eles são identificados pela sociedade como imprensa e tal qual são referências na busca pelas notícias de cunho local e regional.

2.3 HIPÓTESE DO NEWSMAKING

Ainda no que se refere ao referencial teórico, esta pesquisa se apoia na hipótese do *Newsmaking*, ou seja, dos estudos sobre a produção de notícia. São estudos embasados nesta hipótese que verificam como funciona a produção das notícias através da rotina dos jornalistas, que cotidianamente recebem influências diversas em seu trabalho, seja por meio de constrangimentos organizacionais, questões financeiras, além de fatores como ideologia, cultura, questão social, econômica, histórica e política do próprio profissional. (WOLF, 1999; PIMENTEL, TEMER, 2012).

A hipótese de *newsmaking* dá especial ênfase à produção de informações, ou melhor, à potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia. Deste modo, é especialmente sobre o emissor, no caso o profissional da informação, visto enquanto intermediário entre o acontecimento e sua narratividade, que é a notícia, que está centrada a atenção destes estudos, que incluem sobretudo o relacionamento entre fontes primeiras e jornalistas, bem como as diferentes etapas da produção informacional, seja ao nível da captação da informação, seja em seu tratamento e edição, e, enfim, sua distribuição (HOHLFELD, 2011, p. 203-204).

Campos Jr (2016, p. 26) explica que o *Newsmaking* é norteado por dois eixos: “o primeiro deles diz respeito à imagem que fornecem os jornais sobre determinados fatos ou acontecimentos”. Neste sentido, assim como Campos Junior, pressupõe-se que os veículos de comunicação de Ponta Grossa sob análise tentam demonstrar a imagem dos Campos Gerais, uma vez que se consideram jornais de cobertura regional, e isso ocorre tanto pelos municípios da região que aparecem em suas páginas quanto por aqueles que estão ausentes. O segundo eixo é voltado à observação das rotinas de produção dentro das organizações jornalísticas.

Essa abordagem articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. As conexões e as relações existentes entre os dois aspectos constituem o ponto central deste tipo de pesquisa. (WOLF, 1999, p. 188).

Wolf (1999) considera que o processo de produção de notícia é complexo e marcado por diversas fases, algumas mais evidentes e outras, nem tanto. O processo inicia com a seleção do que vai se tornar notícia, isto é, ao reconhecer que um acontecimento tem potencial para ganhar visibilidade pública. Por isso, Wolf (1999) compara o jornalismo com a área da saúde, uma vez que os acontecimentos passam por diversos critérios e se agrupam para entrar no rol seletivo, assim como os pacientes passam por uma triagem e são classificados conforme seus sintomas.

Dentro da hipótese do *Newsmaking* estão, portanto, os critérios de noticiabilidade, aplicados no referencial teórico da pesquisa a fim de identificar aqueles que norteiam a escolha de determinados assuntos da Região dos Campos Gerais para serem noticiados na versão impressa dos diários de Ponta Grossa. De acordo com Silva (2005), o conceito de noticiabilidade é amplo e não deve ser considerado sinônimo de valores-notícia e seleção de notícias.

A autora elenca três conjuntos que compõem os critérios de noticiabilidade. O primeiro deles é a origem dos fatos, caracterizado pelos valores-notícia; o segundo é o tratamento dos fatos, ou seja, a seleção hierárquica dos acontecimentos (incluindo aí as rotinas de produção, a organização, etc); e a visão dos fatos, que inclui a questão ética, filosófica e epistemológica do jornalismo. “Esses conjuntos, com certeza, não funcionam de modo isolado. Na prática da produção noticiosa, todos esses critérios variados de noticiabilidade atuam concomitantemente”. (SILVA, 2005, p. 96).

A necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge diante da constatação prática de que não há espaço nos veículos informativos para publicação ou veiculação da infinidade de acontecimentos que ocorrem no dia-a-dia. Frente a um volume tão grande de matéria-prima, é preciso estratificar para escolher qual acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia. (SILVA, 2005, p. 97).

Gislene Silva (2005, p. 101-102) relembra que Fraser Bond, em 1959, já enumerava 12 situações que despertavam a atenção do público, as quais considerava “valores jornalísticos das notícias”: proeminência, raridade, interesse nacional, interesse pessoal/econômico, injustiça, catástrofe, interesse universal, drama, número de pessoas afetadas, grande quantia em dinheiro, descobertas/invenções, crime/violência. Ainda de acordo com Silva (2005), em 1965, Galtung e Ruge também elencaram 12 valores-notícia: frequência, amplitude, clareza ou falta de ambiguidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.

Hohlfeld (2011) indica que os valores-notícia são incontáveis, mas, com o objetivo de facilitar o trabalho dos jornalistas, costumam ser agrupados em cinco grandes categorias que, por sua vez, são subdivididas em várias outras. Alguns destes grandes grupos são apontados por Hohlfeld (2011, p. 209-214): 1) categorias substantivas, as quais ligam o acontecimento em si e seus personagens (importância, interesse); 2) categorias relativas ao produto (notícia), as quais dizem respeito à disponibilidade de materiais e características específicas do produto informativo (brevidade, condição de desvio da informação, atualidade); 3) categorias relativas aos meios de informação, que tem a ver com a quantidade de tempo usado para a veiculação da informação (bom material visual x texto verbal, frequência, formato); 4) categorias relativas ao

público, às quais referem-se à imagem que o profissional ou o veículo possuem de seus receptores (estrutura narrativa, protetividade); e 5) categorias relativas à concorrência, voltadas à competição entre os meios de comunicação (exclusividade ou furo, estabelecimento de padrões profissionais, apresentação ou edição).

Na tentativa de responder à pergunta sobre o que faz um acontecimento receber o *status* de notícia, Marcos Paulo da Silva (2014) oferece quatro grupos de classificação: o primeiro centrado nos jornalistas (*gatekeeping*); o segundo, nas rotinas de produção; o terceiro, nos chamados eventos noticiáveis; e o quarto, nas forças oriundas do exterior da organização jornalística. “Cada uma dessas alternativas de explicação ao processo de seleção noticiosa possui certo grau de verdade ou validade”. (SILVA, 2014, p. 29).

Segundo Shoemaker (2014, p. 16, grifo da autora), “*noticiabilidade* é um constructo cognitivo, um julgamento feito pelos seres humanos” e, neste sentido, os acontecimentos são inclusos nos critérios de *noticiabilidade* por serem desviantes, significantes ou ter essas duas formas ao mesmo tempo.

Acontecimentos podem ser estatisticamente desviantes (incomuns, insólitos), normativamente desviantes (quebras de leis e normas) e /ou possuir um teor de desvio que envolva as mudanças sociais (revoluções, legislações controversas, líderes carismáticos, etc). Eventos e coberturas midiáticas que possuem significância social envolvem a política (ações legislativas, por exemplo), a economia (quando os lucros das corporações estão baixos), a cultura (o declínio de um teatro local) e o bem-estar social (se a vacina contra a gripe é ineficiente) (SHOEMAKER, 2014, p. 16).

No jornalismo de interior, o critério de *noticiabilidade* relacionado à proximidade geográfica talvez seja o mais importante (DORNELLES, 2013; FERNANDES, 2013). Embora a proximidade seja um dos principais critérios de *noticiabilidade* na imprensa interiorana, mas também na imprensa nacional, há diferentes implicações nestes dois casos.

Para o profissional atuante no jornal do interior, a *proximidade*, associada à *atualidade*, prevalece no momento da seleção de uma notícia. Depois se agregam outros elementos, como importância, tamanho etc. Uma notícia sobre alguma medida tomada pelo governo federal pode ser atual, importante e se enquadrar nas medidas disponíveis na página, mas será descartada se não tiver um elemento de interesse estritamente local. Nos grandes jornais, esses critérios apresentam outra ordem. (FERNANDES, 2013, p. 115).

Para Silva (2014, p. 31), dentro dos critérios de *noticiabilidade* estão a seleção noticiosa e os valores-notícia e o desvio é o “padrão clássico da seleção noticiosa”. “É a proximidade que permite ao jornalismo perceber os contextos que determinam os valores-notícia e, a partir daí, organizar os restantes elementos valorativos, como a novidade, a atualidade, a relevância, a consonância, o desvio e a negatividade” (DORNELLES, 2013, p. 74).

[...] os valores-notícia, entendidos como parâmetros que levam um determinado acontecimento a ser selecionado como noticiável [...] estabelecem-se atrelados a um

padrão clássico de ruptura a uma ordem social anteriormente estabelecida. (SILVA, 2014, p. 31).

No caso do jornalismo do interior, Fernandes (2013) chama a atenção para dois componentes dos valores-notícia, a importância e o interesse que, nesse contexto, estão relacionados à proximidade. “O ponto de tensão entre *importância* e *interesse* está entre o que o leitor precisa saber e aquilo que ele quer saber. É no equilíbrio entre esses dois pontos que está o desafio do jornalista e o caminho para se produzir um bom jornal”. (FERNANDES, 2013, p. 120).

Guerra (2014) sugere que os valores-notícia estão relacionados com a expectativa de audiência e, conseqüentemente, à “construção de um vínculo cognitivo entre eles”. (GUERRA, 2014, p. 42).

Não se pode pensar o jornalismo sem esse vínculo, pois o princípio geral que a estrutura em sua concepção moderna é a função mediadora que lhe cabe, isto é, operar uma oferta de informações sobre fatos da atualidade para os indivíduos. Deste princípio geral, desdobram-se dois outros, complementares: o objeto das informações são os dados da realidade, os fatos, sobre os quais se aplicam os valores-notícia; a oferta de informações está motivada pela expectativa da audiência, que gera os valores-notícia. Se a oferta não for compatível com as expectativas dos receptores, o vínculo que une os produtores e audiência não se sustenta. (GUERRA, 2014, p. 42-43).

Ainda argumentando sobre o importante e o interessante como valores-notícia, Fernandes (2013) explica que, no contexto interiorano, acontecimentos com esses fatores nem sempre têm atenção da imprensa estadual ou nacional e cabe aos jornais do interior considerá-los.

Para os veículos do interior, o fator proximidade é determinante de conteúdo, forma e mercado. O *importante* ou *interessante* está no bairro, no cotidiano das pessoas, nos atos dos poderes constituídos do município, nas pequenas competições esportivas, nas festividades, nos acontecimentos nos municípios vizinhos. Esses acontecimentos, exceto aqueles que contêm ingredientes de espetacularização para serem absorvidos pela grande imprensa, só ganham espaço no jornal do interior. (FERNANDES, 2013, p. 133).

2.4 TEORIA DO GATEKEEPER

Ainda dentro da proposta teórica, a pesquisa se embasa na Teoria do *Gatekeeping*, que também integra o “guarda-chuva” do *Newsmaking* (HOHLFELD, 2011). Shoemaker e Vos (2011, p. 11) explicam que

gatekeeping é o processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente, além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna.

De acordo com os autores, a teoria do *Gatekeeping* explica o processo de produção das notícias em cinco níveis de análise: individual, de rotinas de comunicação, organizacional, das

instituições sociais e do sistema social. Essa complexidade mostra o avanço da teoria, que surgiu em 1947, com Kurt Lewin, para explicar o processo que leva os alimentos à mesa do consumidor e que foi adaptada à área da comunicação por David White, em 1950. “Concluimos, assim, que o processo de *gatekeeping* envolve não apenas a seleção ou rejeição de itens, mas também o processo de modificá-los de forma a torná-los mais atraentes para o consumidor final”. (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 26). Wolf (1999) faz uma consideração neste mesmo sentido, ao dizer que o processo de seleção realizado pelos *gatekeepers* é tanto quantitativo quanto qualitativo.

Na comunicação, os acontecimentos com potencial para virar notícia, conforme a atualização da teoria proposta por Shoemaker e Vos (2011), são chamados de eventos; jornalistas, fontes e agora também a audiência são considerados os *gatekeepers*, ou seja, são eles que controlam a passagem ou não dos eventos no processo de produção da notícia; e, por fim, os itens jornalísticos, a notícia em si que é publicada. Porém, em meio a este processo, aparecem as “forças em torno dos portões, os canais pelos quais os itens fluem e as seções que organizam os canais”. (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 181). Os autores destacam ainda a existência de portões com variação de tamanho, altura e facilidade, mas não deixam de destacar a importância do jornalista – seja ele na função que ocupar dentro do meio de comunicação – como responsável por levar a informação ao conhecimento público.

Também chamada por Michael Schudson de Teoria da Ação Pessoal (TRAQUINA, 2001), a teoria do *gatekeeping* analisa as notícias apenas a partir do jornalista. “A teoria do *gatekeeper* apresenta igualmente uma concepção limitada do trabalho jornalístico: baseando-se apenas no conceito de seleção, minimiza outras dimensões importantes no processo de produção das notícias”. (TRAQUINA, 2001, p. 37).

Mas não por isso a teoria deve ser desmerecida e crê-se que, para esta pesquisa, é um importante referencial. “Ainda assim, talvez o aspecto mais importante do *gatekeeping* seja o de que assuntos e eventos não cobertos estejam ausentes na visão de mundo da maioria dos membros da audiência”. (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 16). Nesta pesquisa sobre o jornalismo regional, a prática de *gatekeeper* nos jornais de Ponta Grossa é verificada por meio da observação nas redações.

CAPÍTULO 3

APONTAMENTOS PARA ENTENDER O JORNALISMO REGIONAL

Uma das questões assentadas no estudo é a definição de Jornalismo Regional. Parte-se do pressuposto de que o jornalismo regional se caracteriza pela cobertura noticiosa e abrangência de público de uma região delimitada geograficamente. Até mesmo os jornais de circulação nacional podem ser considerados regionais, uma vez que, no caso brasileiro, uma edição (seja de jornal, revista, programa radiofônico ou telejornalístico e os sites de notícias da internet) dificilmente contempla notícias de todas as regiões. De acordo com Marini (2010, apud AGUIAR, 2016, p. 32), há jornais de “prestígio nacional” e jornais de “prestígio regional”. [...] “mas todos, sem exceção, são jornais regionais”.

Dornelles (2013, p. 76) explica que os meios de comunicação de “expansão nacional” – no Brasil, em especial, situados no eixo Rio-São Paulo e alguns sediados no Rio Grande do Sul e Brasília (DF) – “tendem a ganhar em dimensão de mercado” e, com isso, angariam grandes anunciantes por conta da sua tiragem ou audiência, dependendo da plataforma. Por outro lado, perdem no quesito “penetração”, pois, à medida que tentam atingir uma área de circulação maior, a informação vai se dissipando. É aí que o jornalismo do interior ganha força, pois tem a chance de ampliar sua influência devido à penetração e, principalmente, atingindo toda sua área de audiência.

Devido à sua amplitude, os jornais de referência priorizam notícias abrangentes. Por conta disso, os municípios do interior só ganham repercussão nacional quando são palco de acontecimentos significativos. Em meados de 2018, por exemplo, Guarapuava, cidade com 180.364²⁰ habitantes no interior no Paraná, recebeu os holofotes da mídia “de referência” nacional²¹ com a morte da advogada Tatiana Spitzner. Em janeiro de 2013, uma tragédia em Santa Maria (RS) levou o município a ser notícia internacional, quando mais de 240 pessoas morreram no incêndio da boate Kiss. Todavia, os jornais regionais e/ou locais dão conta destes e de outros acontecimentos de menor amplitude. É por eles que a população se informa das ações da prefeitura municipal, dos projetos em discussão na câmara de vereadores, da agenda

²⁰ Estimativa de população para 2018, segundo o IBGE.

²¹ Assunto repercutiu por dias em jornais e telejornais, como Jornal Nacional (<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/07/testemunha-diz-que-viu-advogada-na-sacada-ameacando-se-jogar.html>); Folha de S.Paulo (<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/08/marido-suspeito-de-matar-advogada-que-caiu-de-predio-no-parana-vira-reu.shtml>), e SBT (<https://www.sbt.com.br/jornalismo/primeiroimpacto/noticias/112394/imagens-mostram-agressoes-de-marido-antes-de-advogada-cair-de-predio.html>). Acesso em 28 nov.18.

cultural local, da interdição de ruas e rodovias, do roubo na farmácia, do acidente na esquina de casa.

Além de regionais, os dois diários de Ponta Grossa – objetos do presente estudo – também podem ser considerados jornais de “interior”. Assis (2013b) explica que nem todo jornal regional é do interior, assim como nem todo jornal do interior é regional. Para exemplificar na prática: a movimentação financeira da Bolsa de Valores de São Paulo, tema recorrente na imprensa paulista de referência nacional – os chamados “grandes jornais”. Trata-se de acontecimento gerador de notícia que ocorre num cenário local/regional, todavia, longe de ser no “interior”.

Podemos dizer, então, sem medo de cometer equívocos, que *interior*, na pesquisa acadêmica sobre a imprensa – e mesmo no chamado senso comum –, consiste em território que não o das capitais e o qual pode estar situado tanto na parte interna das unidades federativas, quanto no litoral e na fronteira entre estados (províncias, em alguns casos) ou na divisa de países. (ASSIS, 2013b, p. 14).

Assis (2013b) sublinha que a diferença entre imprensa do interior em relação às demais está no *locus*; é aquela praticada em cidades de pequeno e médio porte, sejam elas no interior dos Estados, nas fronteiras ou na faixa litorânea, excluindo-se, assim, a imprensa das capitais, regiões metropolitanas e megalópoles. Ao contrário do jornalismo presente nestas últimas áreas citadas, que visa “totalizar” e “generalizar” a informação, seguindo modelos hegemônicos e padronizados a fim de alcançar o maior público possível, a imprensa do interior, na opinião de Assis (2013a e 2013b), segue outras lógicas tanto de produção quanto de mercado e consumo.

Fazer *jornalismo* nesse ambiente [interior], portanto, não consiste apenas em reproduzir padrões comuns aos grandes centros, mas em exercício que se dedica a encontrar as melhores maneiras – estratégias – para agir em cada realidade. Suas estruturas, suas rotinas, seus agendamentos, sua recepção e até mesmo os efeitos provocados pela informação de atualidade exibem, nesse âmbito, dinâmicas consideravelmente diferentes das identificadas em cenários nacional ou internacional. O lugar, por certo, condiciona o fazer jornalístico. (ASSIS, 2013b, p. 3-4, grifo do autor).

Assis (2013b) diferencia imprensa do interior de regional e/ou local, mas, neste estudo, não se entra no debate²², até porque o foco está no jornalismo regional, excluindo-se – em parte – o jornalismo local praticado pelo *Diário dos Campos* e *Jornal da Manhã*²³, num contexto de interior. Reconhece-se, todavia, a pertinência de se diferenciar os termos, visto que em Curitiba,

²² Assis (2013b) considera rasas as diferenças entre jornalismo “local” e “regional”. Para ele, há jornalismo local e regional na imprensa de grandes cidades, quando as notícias em um município como São Paulo são de cunho local, ou, no caso do Nordeste, quando um assunto é regional. Pela complexidade dessas diferenças, o autor defende que “debater a realidade da imprensa em contextos interioranos não é o mesmo que tratar sobre o local e sobre o regional, ainda que essas questões sejam tangenciais e significativas” (ASSIS, 2013b, p. 8).

²³ Considerando como local a cidade de Ponta Grossa, sede dos dois veículos de comunicação.

a capital do Paraná, também há uma prática recorrente de jornalismo local e regional, por exemplo, assim como em outras capitais brasileiras e regiões metropolitanas.

Aguiar (2016, p. 32) simplifica a problemática: a distinção entre o local e o regional “é apenas uma questão da escala a partir da qual se observam as práticas jornalísticas”, o que pode ser “um bairro, uma comunidade, uma cidade ou um município; ou se um aglomerado de localidades reconhecido por uma identidade [...] ou por uma denominação político-administrativa”.

Qualquer proposta de tipologia serve apenas para situar os recortes espaciais e orientar as escolhas dos níveis de análise, e terá sempre que ser relativizada de acordo com o contexto específico de cada pesquisa. Nessa perspectiva, a escala é vista aqui como um instrumento metodológico de mão dupla, que pode partir dos desdobramentos do lugar (cidade, aldeia, bairro, quarteirão, rua, etc.) ou da totalidade global (mundo, nação, região, lugar). (AGUIAR, 2016, p. 56).

Na busca por pesquisas acadêmicas sobre o jornalismo praticado fora dos grandes centros, Aguiar (2016) conclui que não existe uma definição específica e que o termo regional é aplicado de forma indistinta para se referir a jornalismo de interior, local, rural e até pequeno. Segundo a mesma autora, a categorização de meio de comunicação local e/ou regional, geralmente, parte de uma escolha de caráter estratégico do veículo, da empresa ou do pesquisador. No caso desta pesquisa, o termo regional se refere a uma região específica do Paraná, conhecida como Campos Gerais.

Com base em Mercadé (1997), Lima (2008, p. 59) explica que os conceitos de regional e local “se misturam, se confundem e se complementam”.

[...] quem diz imprensa regional diz informação local. Nessa ligação conceitual entre sua localização territorial e territorialização dos seus conteúdos, a mídia regional e local constrói sua razão de ser, a sua especificidade e a sua força. (LIMA, 2008, p. 59).

A palavra região, de acordo com Aguiar (2016, p. 42), tem raiz no termo “‘regere’, que remete às relações de poder envolvidas nos processos sócio-espaciais ligados à esfera do político (reger, comandar)”. Ao contrapor globalização e regionalização, Haesbaert (2010, p. 3-4) explica o seguinte:

Regionalizar, no seu sentido mais amplo e relacionado a uma de suas raízes etimológicas, enquanto “recortar” o espaço ou nele traçar linhas, é uma ação ligada também ao sentido de orientar(-se) [...]. Mas como “orientar-se” através de nossas regionalizações num mundo que, para muitos, encontra-se marcado mais pela desordem do que pela ordem, mais pela precarização e vulnerabilidade do que pelo fortalecimento e estabilidade de nossos vínculos territoriais?

Aguiar (2016) afirma que o termo regional perdeu “força teórica” ao ser substituído por “território”, especialmente quando se refere a regiões mais macros, como, por exemplo, Nordeste do Brasil, América Latina, Mercosul. Mas há uma tentativa de “ressuscitar” o termo,

como aponta Haesbaert (2010) ao se referir ao “lugar”, enquanto “constructo intelectual”, “região como espaço de ação/intervenção” e “região como produto-produtora”.

É neste sentido que pretendemos falar aqui de “regionalização” – a região enquanto processo, em constante rearticulação – e da propriedade de “ser” regional, a “regionalidade”, vistos a partir da grande diferenciação cultural e da enorme desigualdade social produzida mesmo num mundo tido como globalizado e, portanto, pretensamente mais homogêneo. (HAESBAERT, 2010, p. 5).

Para alguns autores, é na dinâmica da globalização que se fortalece a regionalização, em especial no campo midiático. Segundo Fernandes (2013), a busca do ser humano em se integrar a uma aldeia global²⁴ o fez com que ele se deslocasse de suas raízes culturais e territoriais, portanto, aflorando seu desinteresse por informação local. “Porém, em tempos de globalização, nunca se discutiu e se valorizou tanto a territorialização, a identidade e os vínculos do cidadão com suas origens”. (FERNANDES, 2013, p.108).

Na perspectiva geográfica, Haesbaert (2010) destaca a região como um “arte-fato”, neologismo resultado da imbricação de algo que existe de forma real (fato) e aquilo que é produzido, fabricado, artifício (arte). Ou seja, a região tem um território, uma localização geográfica, mas está em constante movimento, vive uma dinâmica de fragmentação e de globalização graças à sua natureza, à questão material e aos sujeitos que ali habitam.

Dessa forma, qualquer análise regional que se pretenda consistente (e que supere a leitura da região como genérica categoria analítica, “da mente”) deve levar em conta tanto o campo da produção material quanto do das representações e símbolos, ideais, tanto a dimensão da funcionalidade (político-econômica, desdobrada por sua vez sobre uma base material-“natural”) quanto vivido (simbólico-cultural, mais subjetivo) – em outras palavras, tanto a coesão ou lógica funcional quanto a coesão simbólica, em suas múltiplas formas de construção e des-articulação – onde, é claro, dependendo do contexto, uma delas pode acabar se impondo sobre – e refazendo – a outra. (HAESBAERT, 2010, p. 17).

De acordo com Beltrão (2013, p. 25), “os jornais interioranos sempre foram, no Brasil, veículos de ideias, reivindicações e cultura das populações regionais”, embora tenham passado por reformulações provocadas por questões econômico-sociais no decorrer do século XX (ROCHA; ZAUIH, 2012, p. 53). Ainda hoje a imprensa do interior sobrevive de maneira diferenciada especialmente devido a fatores de ordem econômica, como aponta Bueno (2013). Segundo o autor, no interior brasileiro é possível constatar a existência de três tipos de meios de comunicação:

1. O jornal local “quase artesanal”, cujo limite de circulação é a cidade. Feito de maneira pouco organizada nos quesitos administração e jornalismo, o “quase

²⁴ Termo criado pelo filósofo canadense Marshall McLuhan, um dos mais importantes teóricos da comunicação, na década de 1960, autor de obras como *Os meios de comunicação como extensões do homem* (1964).

artesanal” pode ser considerado uma imprensa não profissional, ligada a grupos políticos e/ou econômicos;

2. O jornal local estruturado, cuja circulação também é restrita a uma cidade, porém, com o diferencial de ser mais bem produzido e administrado se comparado ao “quase artesanal”;
3. O jornal regional se diferencia dos outros dois em aspectos como circulação – mais abrangente, ou seja, extrapola os limites do município-sede, alcançando municípios vizinhos e até regiões mais amplas. Além disso, trata-se de um veículo de comunicação mais profissionalizado, com produção de conteúdo e visa exercer influência na região.

Nesta pesquisa, os dois jornais estudados preenchem os requisitos referentes ao modelo de “jornal regional”. Apesar da precariedade e dos limites dos jornais locais, tanto estes quanto os jornais regionais são importantes no seio da comunidade à qual pertencem.

Embora em níveis e proporções diversas, o jornal do interior, seja ele regional, local ou seja ele “quase artesanal”, cumpre uma função comunitária importante, buscando trazer aos leitores (ou internautas, quando se trata de jornais *on-line*) informações, fatos, pessoas ligadas ao município ou aos municípios onde circula. Preenche, portanto, um vazio deixado pela grande imprensa, que em virtude de sua amplitude de circulação não pode se ocupar do dia a dia das comunidades, limitando-se a retratar apenas fatos absolutamente relevantes. (BUENO, 2013, p-57-58).

Dornelles (2013) também apresenta uma divisão dos modelos de jornais do interior existentes no Brasil:

1. Jornais que realizam a cobertura de acontecimentos locais e/ou regionais, mas com o intuito mercadológico, visando ao lucro. Para isso, exploram alguns assuntos com objetivos financeiros e não necessariamente com o interesse de atender a comunidade. Segundo a autora, este enquadramento está presente na maioria dos jornais do interior;
2. Jornais com algumas características do modelo 1, porém, com interesses diferenciados. O objetivo, neste caso, é fomentar a participação cidadã e colocar-se até como protagonista em ações de cunho social. Este modelo está mais voltado a jornais comunitários, sem fins lucrativos;
3. Jornais comprometidos com pessoas e/ou instituições governamentais ou legislativas ou ainda com o poder econômico da região. São veículos que costumam publicar matérias com apenas um viés e omissos ao debate de problemas sociais e públicos.

O resultado da presente pesquisa indica que tanto o *Diário dos Campos* quanto o *Jornal da Manhã* possuem características do modelo 1 e 3, todavia, no fim da década de 2000, quando o *JM* mudou de mãos e se relançou no mercado impresso de Ponta Grossa, eram presentes alguns traços do modelo 2. No entanto, em meados da década seguinte, o projeto de Jornalismo Público adotado esvaiu-se, fazendo com que o periódico ficasse restrito às características que determinam os modelos 1 e 3.

Dornelles (2013) chama a atenção para a necessidade dos produtores dos jornais do interior (jornalistas) conhecer o local e/ou a região da qual tratam diariamente nas pautas. O conhecimento profundo talvez seja um dos principais marcos diferenciais entre a imprensa interiorana e aquela sediada nas capitais e que tenta ter uma abrangência que extrapole as barreiras do Estado e chegue a ser considerada nacional.

A particularidade da imprensa do interior (local/regional) funda-se no fato de ela se dirigir a indivíduos integrados e participantes de uma comunidade geográfica delimitada, dos quais é possível conhecer características, como mentalidades, hábitos, modos de viver, níveis de vida, preocupações culturais e sociais dominantes etc (DORNELLES, 2013, p. 75).

Por outro lado, o conhecimento das características da região nem sempre é fundamental para a imprensa ponta-grossense, embora os jornalistas reconheçam a importância da cobertura noticiosa regional. O Repórter E²⁵ confessa que visitou poucas vezes os municípios da região a trabalho e que os contatos locais se resumem a assessores de comunicação de prefeituras, câmaras de vereadores, empresas, entidades e a lideranças. Outra jornalista, por sua vez, afirma que produz e publica reportagens a respeito do município de Mallet, município que fica no Sul do Paraná, a 140 quilômetros de Ponta Grossa e que não pertence à região de cobertura do jornal²⁶.

Em 1915, quando da conclusão da tese sobre a Ciência dos Jornais, o pesquisador alemão Otto Groth alertava para a delimitação de território e também de mercado para os jornais. Nenhum jornal “pode absorver em si o volume indistinto de todas as atividades humanas. Cada um deles é, portanto, obrigado a escolher mundos diante de partes da sociedade, recortes para a sua mediação” (GROTH, 2011, p. 278).

Para Groth (2011, p. 310), “a mentalidade regional ou local sempre se afirma e exige um cultivo jornalístico”. Neste sentido, Groth (2011, p. 279) fala sobre o “mundo diante” dos

²⁵ Para evitar a exposição dos jornalistas, optou-se por nomeá-los conforme a função: Editor A, Editor B, Repórter A, Repórter B, etc.

²⁶ Conforme mapa realizado por esta autora com base nos Anuários Terra de Riquezas e Caminhos dos Campos Gerais, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social.

leitores, que é mediado pelos jornais, e, por isso, quanto mais distante está o jornalista do mundo vivido pelo seu público, menos o periódico tem condições de realizar essa mediação.

Editorias regionais e cadernos especiais nos diários de circulação nacional e estadual raramente dão conta da multiplicidade de acontecimentos nas mais diversas localidades, que ocupam espaços reduzidos nas publicações. A mídia da cidade local e da cidade regional preenche essa lacuna quando fala do próprio lugar e do território onde se insere. [...] os jornais regionais e locais, juntamente com os portais regionais de notícias, veiculam notícias de interesse direto e próximo da comunidade e reproduzem simultaneamente produtos jornalísticos provenientes dos grandes centros e das agências de notícias de modo a manter o seu público informado a respeito do que se passa [lá fora]. (DEOLINDO, 2013, p. 7-8, apud AGUIAR, 2016, p. 92)

3.1 PROXIMIDADE

O jornalismo local e regional está ligado a conceitos como proximidade, identidade e pertencimento. Ao acessar um meio de comunicação local e/ou regional, o público tem interesse em saber o que se passa nesse lugar, assim como os jornalistas que trabalham nesses veículos de comunicação se preocupam (ou deveriam se preocupar) em divulgar notícias desse espaço territorial. A Rede Paranaense de Comunicação (RPC) – que possui uma emissora de televisão em Ponta Grossa –, por exemplo, disponibiliza uma carta de princípios que rege o trabalho dos jornalistas. Entre outras orientações, “estão na carta de princípios a proposta da empresa em trabalhar para o desenvolvimento regional”. (GARDINAL; GADINI, 2016, p. 154). Em suas autoapresentações em páginas próprias na internet²⁷, tanto o *DC* quanto o *JM* frisam sua circulação regional, mas não detalham como (e se) ocorre a cobertura noticiosa.

Alguns jornais carregam no título a tentativa de representar uma região de abrangência, como é o caso do *Diário dos Campos* (Gerais).

Os jornais regionais privilegiam uma área de difusão, geralmente expressa em seus próprios títulos, em relação à qual circunscrevem suas estratégias de ação e orientam sua organização empresarial. O espaço geográfico dessa implantação estrategicamente localizada (sede e circulação) referencia também a produção e apreensão dos acontecimentos; os conteúdos compartilhados; a informação disponível; a seleção dos públicos e das fontes. (CAMPONEZ, 2002, p. 108-109 apud AGUIAR, 2016, p. 93).

Peruzzo (2005) tensiona o conceito de proximidade, que está relacionado à questão geográfica, de território, mas também de ideologia, identificação, familiaridade. Contudo, ao assentá-lo para a mídia de propriedade privada de cunho comercial, de um modo geral, a autora advoga pela proximidade de laços familiares e singulares de uma determinada região geográfica, daí o território como ponto de referência.

²⁷ www.diariodoscamos.com.br; <http://arede.info/jornaldamanha/>. Acesso em 27 nov.2018.

Peruzzo (2005) reconhece as deficiências presentes no jornalismo do interior, como também elencam Dornelles (2013) e Bueno (2013), mas ressalta o ponto principal praticado por ele: a informação de proximidade. “O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc.”. (PERUZZO, 2005, p. 77-78).

Aguiar (2016) também aponta a questão geográfica e territorial como base para o conceito de proximidade no jornalismo, elencado como basilar dentro dos critérios de noticiabilidade para a imprensa do interior.

Para os estudos de jornalismo, particularmente, uma variável escalar fundamental é a da distância, expressa no princípio de proximidade, que rege a seleção e a edição de notícias de interesse local, com base nas relações sociais existentes tanto entre o local do acontecimento e o local das audiências receptoras da sua narrativa quanto das relações da cidade-sede do veículo jornalístico com outras áreas geográficas de influência. Com isso, a ideia de proximidade adquire sentidos e efeitos diferentes em uma região metropolitana onde vivem mais de um milhão de pessoas ou em uma pequena cidade de 30 mil habitantes. Estar mais perto permite ver os acontecimentos com “outros olhos”, mas não necessariamente com mais nitidez, dependendo do conhecimento e/ou envolvimento do jornalista ou do relacionamento do veículo com os lugares, os acontecimentos e os personagens da narrativa. (AGUIAR, 2016, p. 56).

Outro autor que também destaca a proximidade geográfica nas discussões sobre jornalismo de interior é Fernandes (2013), ao sinalizar para o fortalecimento da informação local ante a globalização. O autor considera os meios de comunicação do interior imprescindíveis para que o ser humano “não perca suas raízes, sua identidade, a interação com a sua comunidade” (FERNANDES, 2013, p. 133).

Nesse novo cenário, a imprensa das pequenas cidades do interior desempenha um papel fundamental e passou a ser objeto de estudo de muitos pesquisadores. De veículo de segunda categoria, mal-produzido, criado muitas vezes apenas com objetivos políticos, passou a ser percebido como um canal de integração e fomentador da identidade das populações interioranas. A força integrativa e identitária desses veículos está na *notícia de proximidade*. (FERNANDES, 2013, p. 108, grifo do autor).

Ao discorrer sobre a notícia de proximidade, Fernandes (2013) aponta para a diferença entre os critérios de noticiabilidade no jornalismo do interior com o chamado jornalismo de referência, baseado nas questões de importância e interesse da notícia. Por se tratar de um dos referenciais teóricos da presente pesquisa, os critérios de noticiabilidade – incluindo as argumentações do referido autor – são discutidos no capítulo 2.

Alsina (2009, p. 150) ressalta o potencial dos meios de comunicação locais, pois “transmitem notícias que outros meios de maior cobertura quase não veiculam”.

A proximidade geográfica do fato pressupõe um maior envolvimento com o centro dele mesmo, que diminui na medida em que esse círculo aumenta. Em princípio poderíamos dizer que quanto mais pessoas se sentirem envolvidas em um acontecimento, maior será sua importância. No entanto, precisamos levar em conta que a mídia é que seleciona o acontecimento, partindo do grau de envolvimento que

eles têm. A partir daí, podemos descobrir uma estratégia de envolvimento dos meios de comunicação. (ALSINA, 2009, p. 150).

3.2 IDENTIDADE

Aguiar (2016) explica que o conceito de identidade está estreitamente ligado ao sentimento de pertença, de a comunidade tomar conhecimento do que acontece à sua volta, no sentido cultural, social, político, econômico e histórico. As notícias “permitem às pessoas ficarem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes e, através de suas ações, construir uma identidade comum”. (PEREIRA JR., 2000, p. 65). Por isso, os meios de comunicação consolidados há décadas numa determinada cidade ou região costumam manter as tradições e costumes culturais e identitários.

É neste sentido que a pesquisa aborda as estratégias adotadas pelos jornais, visto que há distinção entre regiões jornalísticas e regiões midiáticas, sendo as primeiras relacionadas à cobertura e circulação e as segundas à questão econômica.

A diferença entre as “regiões jornalísticas” e as “regiões midiáticas” dá-se, então, pelas perspectivas de intervenção em cada espaço: de um lado, as construções narrativas baseadas em representações dos acontecimentos e dos lugares e nas identidades socioculturais às quais remetem; de outro, o trato dessas identidades como “valor” de mercado, orientado pelo princípio de proximidade e pelas diferenciações do território. (AGUIAR, 2016, p. 121).

Uma questão de identidade no âmbito dos Campos Gerais é a relação da região com a Rota dos Tropeiros²⁸. Muitos dos municípios que a compõe surgiram por conta do caminho percorrido pelos tropeiros que saíam do Rio Grande do Sul com destino a São Paulo para comercializar produtos, em geral da pecuária, entre os séculos XVIII e XX. O estilo de vida dos tropeiros, sua alimentação e sua cultura são marcas que até hoje fazem parte da identidade da população dos referidos municípios. Além do fato histórico determinante para o reconhecimento dos Campos Gerais como uma rota, a identidade da região também está presente no turismo. A região é repleta de atrativos naturais, como cachoeiras e formações geológicas.

Atualmente, a identidade local e regional aparece também de outras formas, por meio, por exemplo, da economia e da política. Os veículos de comunicação podem ser inseridos nessa perspectiva, visto que constituem suportes a identidades coletivas, como sugere Tétu (2002). Oliveira (2008, p. 183) argumenta que “uma mídia com identidade local ou comunitária procura pensar os lugares, os territórios onde nasce cada cultura, e a partir daí, manifesta-se”.

²⁸ <https://www.guiadoturismobrasil.com/roteiro/18/rota-dos-tropeiros-parana>. Acesso em: 28 nov. 2018.

Aldé (2002) ressalta a identificação pessoal de quem acessa um meio de comunicação regional e/ou local. Em sua pesquisa de recepção, a autora comenta a fala de um dos personagens entrevistados: “Pedro, por exemplo, gosta de ver o ‘seu’ lugar retratado, pessoas que conhece no noticiário”. (ALDÉ, 2002, p. 13). Outro entrevistado completa: “principalmente quando vão falar de bairros próximos, ou do nosso bairro, é um tipo de assunto que me interessa, porque a gente vive aqui”. (ALDÉ, 2002, p. 13).

3.3. UM CAMPO A SER EXPLORADO

Em nome da sobrevivência, muitos meios de comunicação do interior se comprometem com o poder público, o que faz com o jornalismo praticado por eles evite conflitos e debates que possam prejudicar a relação com prefeitos, deputados, governadores, etc. (DORNELLES, 2013; DEOLINDO, 2016). E essa é uma realidade não apenas brasileira, como mostra Tétu (2002).

Ao discorrer sobre o espaço público e a informação local no contexto francês, Tétu (2002) relata que o jornalismo existe pela lógica da urbanidade e que a imprensa regional entra em disputa pela busca de territórios, ainda que refém do poder público. “O que mais choca quando de uma leitura atenta das páginas locais é ausência *quase* total de conflitos que, entretanto, constituem uma dimensão central na vida desses grupos” (TÉTU, 2002, p. 440, grifo do autor), diz o autor, acrescentando que o embate é “afastado em prol do espetáculo da concordância, que encontra nas manifestações culturais ou festivas seu símbolo mais significativo”. Diante disso, Tétu (2002, p. 441) sugere que a informação local parece se encaixar em quatro tipos: a) certificadora (quando coloca o indivíduo num grupo, certificando-o), b) demonstrativa (quando apresenta incansavelmente o trabalho público), c) banalizante (quando torna um evento banal em extraordinário) e d) promocional (quando a informação está longe de se contrapor e confirma a permanência dos notáveis).

Voltando ao contexto brasileiro, Luiz Custódio da Silva (2013, p. 89) explica que

nos contextos regionais, o nível de dependência dos grupos econômicos e políticos ainda é muito forte, principalmente nas regiões mais fragilizadas economicamente. Quanto mais pobre a região, maior é a relação dos jornais com os poderes públicos governamentais. Com isso, a qualidade da informação jornalística fica cada vez mais comprometida.

Por isso, ainda existe preconceito acerca da imprensa do interior tanto por parte da pesquisa acadêmica quanto por parte dos profissionais, que preferem atuar nos grandes

centros²⁹. (SANTOS; CASTRO, 2013). Não há números sobre quantos jornalistas atuam nas capitais e quantos atuam no interior do Brasil.³⁰

Contudo, o interior do país se constitui num amplo mercado de trabalho para jornalistas, como mostra a segunda parte do estudo *Atlas da Notícia*, publicado em novembro de 2017³¹. Trata-se de um mapa sobre o jornalismo local e regional, desenvolvido pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) e *Observatório da Imprensa*, em parceria com a Vol Data Lab. (PIMENTA et al, 2017).

O *Atlas* detectou que 2.710 dos 5.570 municípios possuem veículos de comunicação. Entre os principais dados apontados pelo estudo é que 30% dos municípios brasileiros, onde vivem 34 milhões de pessoas, possuem somente um ou dois veículos jornalísticos e são considerados “quase desertos de notícia”. Já os “desertos de notícia”, isto é, onde não há nenhum tipo de meio, somam 51% dos municípios. Trinta milhões de brasileiros (quase 15% da população nacional) moram nesses locais.

Vale ressaltar, porém, que os números representam o “deserto” ou “quase deserto” da produção de notícias, mas não necessariamente do consumo de notícias. Isto é, existem lacunas de prática de jornalismo nesses lugares, porém, essas pessoas integram – se não na totalidade, mas em grande maioria – áreas de audiência de diversos meios de comunicação, cujas produções jornalísticas ocorrem em outros locais. Segundo o mapa, os veículos jornalísticos se concentram em grandes conglomerados urbanos e regiões de fronteira. Fora dos grandes centros urbanos, aparecem com força o rádio e o jornal impresso.

No campo da pesquisa, os estudos acerca da realidade regional no jornalismo não recebem a devida atenção. Logo no início da presente dissertação, levantou-se, junto à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)³², a existência de 420

²⁹ Santos e Castro (2013) afirmam que “apesar de representar um campo promissor para os novos profissionais, formados nas 534 instituições superiores de ensino registradas no Ministério da Educação (MEC), que oferecem cursos de Jornalismo e Comunicação Social, o interior ainda é visto, muitas vezes, com preconceito; como uma espécie de coadjuvante no cenário da comunicação. A verdade é que, para muitos, ainda permanecem os estigmas de ‘artesanal’ e ‘dependente do faturamento das prefeituras’, levantados por Wilson Bueno em sua dissertação de mestrado, defendida há 30 anos, em 1979”.

³⁰ Uma das hipóteses era de que estes números poderiam constar no Perfil do Jornalista Brasileiro, pesquisa realizada pelo Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (TMT/UFSC), cuja primeira edição foi lançada em 2013 e que, no momento em que esta dissertação estava sendo escrita, passava por atualização. Porém, no questionário respondido por 2.731 jornalistas não constava referência ao local de trabalho do profissional, se no interior ou na capital. Fica, assim, uma sugestão para pesquisas futuras.

³¹ Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia-2-0/30-dos-municipios-brasileiros-correm-o-risco-de- virar-desertos-denoticias/?fbclid=IwAR3KiAuP0TYJd1UsAcV0huCEYfTrxgz3M8CcEAD7MlkQWdC7XZvOi-9vBrM>. Acesso em 28 nov.18.

³² Buscas realizadas em maio de 2017.

pesquisas sobre “jornalismo regional” (termo utilizado como filtro) entre 1991 e 2017. Este número representa menos de 20% do total de pesquisas sobre jornalismo contabilizadas pela Capes. Dos 420 estudos notificados, 66 são teses de Doutorado; o filtro não especificou o número de dissertações de Mestrado. Na busca por “jornalismo regional impresso”, foram obtidos 68 resultados e por “jornalismo regional diário”, foram 96. Em novembro de 2018, novas buscas foram realizadas junto à Capes, agora com os termos “jornalismo” e “interior”; com as palavras separadas, foram localizados 533 estudos, já com o termo “jornalismo de interior” foram dois e “imprensa do interior”, seis.

Vários autores consideram que o jornalismo no contexto de interior constitui uma base aberta para pesquisas (ASSIS, 2013a; DORNELLES, 2013; PERUZZO, 2005, 2013; SCHOENHERR; GADINI, 2016).

O jornalismo regional é um universo empírico ainda pouco conhecido, quando não assumidamente ignorado em detrimento de ‘grandes jornais’ ou de poucas revistas – sintoma da separação já anunciada na premissa anterior de “grande jornalismo x pequeno jornalismo”. (SCHOENHERR; GADINI, 2016, p. 55).

Moreira e Deolindo (2013, p. 21) frisam que ainda há nuances a serem exploradas quando o assunto é jornalismo regional: “principalmente a relação que se estabelece entre mídia local e cidade e entre essas duas instâncias e uma terceira: a região”. É nesta terceira instância que está ancorada a presente pesquisa.

CAPÍTULO 4

JORNALISMO NOS CAMPOS GERAIS

Inserida no contexto de interior, a Região dos Campos Gerais é composta por 27 dos 399 municípios do Paraná. Até o momento (início de 2019) o estudo mais completo e atual sobre a imprensa no Estado encontra-se no *e-book Retratos de Mídia Regional no Paraná*, obra produzida e publicada pelo curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa em 2011, sob organização do professor Sérgio Luiz Gadini, em coautoria com estudantes de Jornalismo a partir da disciplina de Realidade Regional em Comunicação no ano letivo de 2011. O estudo apresenta dados de mídia impressa, radiofônica, televisiva e as poucas experiências até então desenvolvidas na web de todas as regiões do Paraná.

Sobre jornalismo impresso diário, que é o foco da presente pesquisa, a obra aponta a existência de 34 jornais no Paraná em 2011. Eram, em média, 400 mil exemplares ao dia, sem contar o até então maior jornal do Paraná, a *Gazeta do Povo*³³, que tinha uma tiragem de 50 mil edições de segunda a sexta-feira e de 90 mil aos domingos. No interior do Estado, alguns jornais atingiam a marca de 35 mil impressões por dia. Segundo a pesquisa, havia jornais diários em Curitiba (4), Londrina (2), Maringá (2), Ponta Grossa (2), Cascavel (3), São José dos Pinhais (1), Foz do Iguaçu (1), Colombo (1), Guarapuava (1), Paranaguá (1), Apucarana (1), Toledo (1), Umuarama (3), Campo Mourão (1), Paranavaí (1), Francisco Beltrão (1), Pato Branco (1), Cianorte (1), Castro (1), União da Vitória (1), Marechal Cândido Rondon (1), Santo Antônio da Platina (1), Laranjeiras do Sul (1), Goioerê (1).

No recorte geográfico considerado para esta pesquisa e que está sendo denominado de Região dos Campos Gerais, apenas Ponta Grossa possui jornal diário em 2018 (são dois em circulação). Nas demais cidades, algumas têm jornais bissemanais, semanais ou quinzenais (por exemplo, Palmeira possui a *Gazeta de Palmeira*, que é semanal, e Castro, o *Página Um*, que já foi diário, mas, atualmente, é bissemanal).

As emissoras de rádio estão presentes em várias das cidades da região. Em Ponta Grossa, segundo o estudo de 2011, organizado por Gadini, havia 12 emissoras. Em 2017, mesmo com a migração das AM para FM e algumas alterações de cunho administrativo, o número manteve-se. A mesma pesquisa mostra que em Castro havia uma emissora (embora

³³ Em abril de 2017, a direção da *Gazeta do Povo* anunciou o encerramento de sua publicação em versão impressa diária, passando a circular na forma de papel apenas aos sábados. Um dos objetivos, segundo a direção, era fortalecer sua plataforma on-line.

uma segunda emissora tenha sede em Ponta Grossa, mas prioriza uma programação local de Castro); em Telêmaco Borba, três; em Piraí do Sul, duas; e em Arapoti, Jaguariaíva, Palmeira, Ipiranga, São João do Triunfo, Imbituva, Reserva e Imbaú, uma emissora em cada. Já as cinco emissoras de TV com programação local estavam presentes apenas em Ponta Grossa, no ano de 2011.

Tanto o *Diário dos Campos* quanto o *Jornal da Manhã*, que estão sediados em Ponta Grossa, são publicados de terça-feira a sábado – cinco edições por semana. De acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ)³⁴, “jornais diários são aqueles publicados no mínimo quatro dias por semana. Jornais não diários são aqueles publicados três dias ou menos”. Esta definição, segundo a ANJ, é da Associação Mundial de Jornais atendendo a um padrão da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) com o objetivo de facilitar as comparações internacionais entre os periódicos.

Na página oficial na internet, o *Diário dos Campos*³⁵ informa que circula na Região dos Campos Gerais, seja nas bancas ou entre os assinantes, e também na capital do Estado, Curitiba. Sem citar datas, o gerente de conteúdos³⁶ diz que o *JM* deixou de circular em bancas e tem um público direcionado nas cidades vizinhas; somente Prefeituras e Câmaras de Vereadores, por exemplo, é que recebem o exemplar diariamente. Apesar disso, durante o acompanhamento da rotina dos jornalistas e pelo próprio resultado da análise de conteúdo das edições constata-se que temas de interesse regional continuam sendo pautados pelo *JM*.

4.1 A IMPRENSA DIÁRIA DE PONTA GROSSA

4.1.1 Diário dos Campos

O jornal *Diário dos Campos* foi fundado em 27 de abril de 1907, sob o nome de *O Progresso*. Uma das primeiras edições do jornal, que começou quinzenal, está estampada num quadro disposto na sala de reuniões da sede da empresa, na Rua Prudente de Moraes, vila Placidina.

O *DC* foi o primeiro jornal, propriamente dito, de Ponta Grossa, ou seja, possuía as características dos quatro elementos fundamentais existentes concomitantemente: periodicidade, publicidade, atualidade e universalidade. (GROTH, 2011). Antes disso, segundo

³⁴ Disponível em <http://www.anj.org.br/definicao-de-jornais-diarios/>. Acesso em 17 nov.2017.

³⁵ Disponível em <http://www.diariodoscamos.com.br/empresa>. Acesso em 06 out.2016.

³⁶ Esta informação foi obtida por esta pesquisadora durante a observação na redação, na última semana de setembro de 2017.

Hollowate (2016), houve tentativas de manter publicações jornalísticas no município, mas a falta de apoio, tanto financeiro quanto político, impedia que elas perdurassem, por isso, eram publicadas apenas algumas edições até sua rápida extinção. O *DC* foi “fundado pelo maestro da banda Lyra dos Campos, Jacob Holzmann, e um imigrante russo-alemão que chegou à cidade no fim do século XIX”. (HOLLOWATE, 2016, s/p).

As primeiras edições do jornal contavam com uma tiragem de 300 exemplares, e as edições eram quinzenais. Porém, em virtude de sua aceitação, o periódico passou a ser publicado de três em três dias. Em 1º de janeiro de 1913 o periódico, agora de propriedade da *Companhia typographica pontagrossense*, se torna finalmente um diário, passando a se chamar *Diário dos Campos*, o que demonstra a aceitação da publicação por parte dos leitores. (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1 jan. 1913, p. 1, apud HOLLOWATE, 2016, s/p).

Após sofrer com a chegada de novas tecnologias e sob dificuldades financeiras, a Família Slaviero, então proprietária, fecha o *DC* em dezembro de 1990. Em setembro de 1999, um grupo de empresários do Norte do Paraná demonstra interesse no mercado midiático pontagrossense e, então, compra a marca *Diário dos Campos*. O jornal volta a circular em 15 de setembro de 1999, no dia do aniversário de Ponta Grossa, tendo como um dos sócios o engenheiro Wilson Oliveira, que, em 2018, segue à frente da empresa como diretor-presidente ao lado da esposa, Ana Virgínia Valêncio de Oliveira, que é a diretora-geral do *DC*.

Na época do retorno do *DC*, em 1999, havia outros dois jornais diários em Ponta Grossa: o *Jornal da Manhã* e o *Diário da Manhã*, sendo que este encerrou suas atividades em novembro de 2008. O retorno do primeiro diário da cidade acirrou a concorrência entre os jornais na região e, embora a circulação tenha sido interrompida pelo intervalo de nove anos, o *DC* é considerado o jornal mais antigo do Paraná.

O *Diário dos Campos* circula de terça-feira a sábado, com 12.500 exemplares, no formato *standard* (56 x 62 centímetros). Entre terça e sexta-feira, normalmente, o jornal publica dois cadernos, sendo o primeiro com oito páginas e o segundo com quatro. Integram a primeira parte a capa e as páginas Opinião, na qual constam o editorial, artigos, comentários de leitor, o Flagra – uma coluna fixa de fotolegenda –, a charge e o expediente; Política, que, além das matérias, mantém uma coluna fixa intitulada Coluna DC e que é assinada pelo (a) repórter da editoria; Panorama, onde no cabeçalho está a previsão do tempo para a cidade e a região e matérias variadas – incluem-se aí as matérias nacionais e estaduais; Economia, que tem uma coluna fixa sob o título Visão Empresarial, assinada por um colaborador externo; duas páginas de Cidades, uma de Esportes e uma de Geral, sendo que nesta entra boa parte do conteúdo regional. Com exceção das páginas de Opinião e Política, as demais eventualmente publicam a coluna Breves, uma soma de textos curtos e que podem ou não ser acompanhados por fotos. No

Caderno B, ficam dispostas as páginas de Variedades – onde são publicadas matérias sobre cultura e entretenimento, notícias e programação das emissoras de televisão, resumos de novelas e passatempos – a Coluna Social e Classificados. Eventualmente, o jornal publica uma página no Caderno A ou, então, um Caderno denominado Agribusiness.

A edição do fim de semana é composta por mais cadernos, além do primeiro que mantém suas oito páginas. O Caderno B também tem oito páginas e circula todos os sábados com a editoria Find! – que são duas a três páginas com matérias sobre entretenimento, moda ou comportamento -, Diarinho (fotos de crianças), Coluna Social, Coluna Ponta-Lagoa, artigos, resenhas, programação de televisão e resumos de novelas. No primeiro e no quarto final de semana, é publicado um Caderno Regional (que vem antes do Find!, por isso, nestas edições, ele forma o Caderno B e o Find!, o Caderno C), com quatro páginas, onde estão dispostos textos e fotos das cidades vizinhas a Ponta Grossa. Este caderno começou a circular em setembro de 2017. Os outros cadernos que integram a edição de sábado contemplam as páginas de Veículos, Imóveis e Classificados.

O *DC* é um típico jornal regional de interior (BUENO, 2013). Possui uma estrutura com setores próprios (Redação, Comercial, Assinaturas, Administrativo-financeiro) e emprega cerca de 30 funcionários. No setor de Jornalismo, o *DC* possui um gerente de conteúdos e jornalistas para cada editoria: um jornalista de Política, um de Economia, dois de Cidades, um de Variedades e um de Esportes, além de dois fotógrafos e um estagiário. Também fazem parte da Redação os três diagramadores e o motorista. Sobre a formação acadêmica, todos os jornalistas têm ensino superior na área e um dos fotógrafos também³⁷.

Os aspectos de regionalidade mais evidenciados pelo *DC* estão no mapa-tempo, publicado diariamente e que traz a previsão para Ponta Grossa e mais seis municípios da região – Prudentópolis, Castro, Ortigueira, Telêmaco Borba, Sengés e Jaguariaíva. Todos os dias, as cidades com a previsão são as mesmas e elas estão dispostas num mapa da região publicado em Panorama ou Cidades (Figura 3).

³⁷ Com base na observação da Redação, realizada em outubro de 2017.

Figura 3 - Mapa-tempo no Diário dos Campos mostra diariamente a previsão para determinadas cidades da região



PORTARIA SUSPensa | Decisão do STF suspendeu portaria que tratava sobre trabalho escravo

Aliel Machado comemora decisão liminar do STF

► PATRÍCIA LUCINI
politica@dianodoscamos.com.br

Rodrigues - todos da Rede - apresentaram na última terça-feira (17), Projetos de Decreto Legislativo para

Protesto
Acipg se manifesta contra corrupção em novo outdoor

Nesta semana, a Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (Acipg) colocou na fachada da instituição um outdoor de 3 metros de largura por 6 metros de altura em protesto

fícios com recursos públicos. Para limparmos o Brasil da corrupção, temos que ser exemplo e cobrar daqueles que votamos", disse. A Acipg constantemente se manifesta em relação a

Fonte: Reprodução / Diário dos Campos (25/10/2017)

O Caderno Regional é outro importante componente do diário na questão da regionalização, uma vez que coloca, de certa forma, os municípios dos Campos Gerais em destaque. Além da visibilidade jornalística – embora a qualidade do que é publicado não esteja em discussão neste capítulo –, é perceptível o interesse comercial do DC com a referida publicação quinzenal. (Figura 4).

A forma utilitária do termo “segmentação” explica-se como divisão, setor, parte de um todo, entre outras significações. No jornalismo impresso é entendida como a qualidade básica de informação e justaposição de conteúdos de uma publicação que tem por objetivo principal atender às necessidades de uma fatia específica do mercado. (SILVA, 2007, p. 24)

A tentativa de regionalizar os jornais por meio de cobertura noticiosa das cidades sob sua audiência (ou pretensa audiência) não é novidade. Em 1990 a *Folha de S.Paulo* passou por uma considerável reestruturação com este objetivo. (SILVA, 2007). Claramente visando o mercado, o jornal paulista passou a publicar diariamente edições próprias para cinco regiões do Estado. O projeto inspirou, ainda na época, outros jornais a fazer o mesmo, porém, na *Folha*, a regionalização durou um curto período de tempo por questões financeiras.

Concluída a implantação dos cadernos regionais [da Folha de S.Paulo] nas cinco regiões eleitas, o projeto atravessou algumas dificuldades nos anos seguintes, provocadas pela instabilidade econômica do País, que afetou não apenas os jornais, mas todo o setor produtivo da nação. Desse modo, se havia planos expansionistas para essa regionalização, a região da Baixada Santista e os litorais Norte e Sul não foram contemplados com a modernidade jornalística regionalizada, ficando à margem um mercado estimado em 1995, em mais de dois milhões de habitantes. (SILVA, 2007, p. 116).

Figura 4 - Primeira das quatro páginas do Caderno Regional da edição de 30 de setembro de 2017 do Diário dos Campos traz uma entrevista pingue-pongue com o prefeito de Castro

DC

R

egional

0209-7719
 Praça Gomes, sábado, 30 de setembro de 2017

1B

‘ESTAMOS ENXUGANDO A MÁQUINA’

DA REDAÇÃO
redacao@diariodoscampos.com.br

Diário dos Campos: Prefeito, já se passaram nove meses de sua gestão. Qual é o saldo até o momento?

Mozley Fialdi: Apesar de todas as dificuldades encontradas quando assumimos a Prefeitura em janeiro, podemos considerar que caminhamos para um saldo positivo. Não pagamos a Prefeitura com uma dívida de R\$ 11 milhões, sem pagar de salários iniciais com o magistério paralisado por falta de manutenção e de funcionários para operá-la, as estradas rurais estavam carecas de manutenção, a frota de veículos era abalada, trazendo alto custo para o município e não incorporando nada ao patrimônio público. Outros grandes problemas estavam relacionados ao Hospital Ansa Fiorillo Menarini, que através precarizadamente apenas com serviços de obstetrícia e careta as instalações em péssimas condições, falta de médicos, entre outros problemas. Com tudo isso, organizamos um plano de trabalho, entregamos a máquina com economia e redução das dívidas e assim, as principais dificuldades foram sendo sanadas.

DC: Quais ainda têm sido as principais dificuldades que o município vem enfrentando?

MF: Ainda temos dificuldades com pessoal por termos herdado da gestão anterior o índice de pessoal com 57%, o que impossibilita novas contratações. Estamos reduzindo esse índice que atualmente está em 54,8%. Também iniciamos a gestão sem certidão negativa junto ao governo federal e estadual, justamente por conta do índice de pessoal exagerado. Essa é uma dívida, mas maior dificuldade, mas estamos trabalhando em superá-la.

DC: Sobre os ataques? O município está conseguindo crescer?

MF: Viabilizamos cerca de R\$ 40 milhões que estão sendo investidos em obras de infraestrutura, na requalificação do Hospital Ansa Fiorillo Menarini, na compra de equipamentos, em saúde, entre outros serviços. Muitas ações emergenciais de recuperação de estradas foram feitas nesse período. No futuro criamos fontes de trabalho para assegurar um trabalho mais prejudicado e também nas vias de escoamento da soja. Temos que priorizar essas áreas, até porque, infelizmente, não contamos com magistério e pessoal suficientes para atender todo o município. Na cidade, as equipes de Obras também já atenderam mais de 500 quilômetros de vias com serviços de pavimentação, saneamento, drenagem e tapas buracos. Já conseguimos requalificar a Rua Cláudio de Menezes, a rua do Morro, entre das principais vias de ligação centro-bairro. Essa área também criou o projeto “Manutenção Fidei - Foco Fidei” e retiramos mais de 60 toneladas de lixo e entulho de alguns bairros. Para a Saúde contratamos médicos pediatras, cardiologista e ortopedista para atender na rede básica. Adquirimos uma ambulância com UTI móvel e colocamos em funcionamento mais duas Unidades Básicas de Saúde. Ainda destacamos as reformas de algumas escolas e alguns ginásios de esportes.

DC: Em sua campanha para prefeito em 2016, sabese que seu grande compromisso como candidato era relacionado ao Hospital Ansa Fiorillo Menarini. O que a população pode esperar do hospital?

MF: Sem dúvida. Não já temos um hospital que consegue atender a população da nossa cidade e do entorno também. Temos UTI e centro cirúrgico em funcionamento. Tudo que era município de porte de Castro precisa. Mas, infelizmente, não tivemos acesso a população ficou desamparada na área da saúde. Isso nos estranhou, porque é inaceitável que o município não tenha atendimento digno e que o hospital seja tratado como tanto desuso.

Já no início da gestão nos comprometemos para mudar essa realidade. Já foram viabilizados R\$ 5 milhões para requalificação e compra de equipamentos para o hospital como tomógrafo e raios X digital, serviços que não são oferecidos. Também concluímos o processo licitatório para a administração do hospital, que foi vencido pela Cruz Vermelha do Paraná. Agora em outubro estamos oficializando a entrega da construção e das melhorias do hospital para a população. Ainda não tivemos algumas, que não é hoje a melhor unidade da nossa comunidade.

DC: Em sua opinião prefeito, qual é o grande desafio de um gestor municipal?

MF: Fazer cada vez mais com menos, pois a situação de cada coisa deteriora-se na prefeitura. Temos que ser criativos e efficientes para enfrentar isso sem prejudicar a população.



Ainda temos dificuldades com pessoal por termos herdado da gestão anterior o índice de pessoal com 57%, o que impossibilita novas contratações. Estamos reduzindo esse índice que atualmente está em 54,8%

Mozley Fialdi
Prefeito de Castro

JÁ VEM COM MILHARES DE FRAMES, CENTENAS DE SÉRIES E, TUDO ISSO, EM QUANTAS TELAS VOCÊ QUISER.

35 MEGA

R\$ 30,00

por mês

Vale para TV HD 42" ou maior

Tudo o que você precisa para assistir em HD, sem fio e sem fio. Sem fio e sem fio. Sem fio e sem fio.

MULTITELEI

ANIVERSÁRIO

PontaFlex

TODA LOJA COM DESCONTOS ESPECIAIS PARA PAGAMENTO À VISTA



Fonte: Reprodução da página 1B da edição 33.184 do DC, 30/09 a 02//10/2017.

4.1.2 Jornal da Manhã

O *Jornal da Manhã* foi fundado em 4 de julho de 1954 e é considerado o mais antigo jornal em circulação ininterrupta dos Campos Gerais. Segundo sua apresentação na página oficial da rede social *Facebook*, o *JM* “traz um conteúdo amplo e variado com informação de

qualidade pautada no jornalismo público, crítico, moderno e regional”³⁸. Por conta da informação fornecida pessoalmente pelo gerente de conteúdos a esta pesquisadora, de que o jornal reduziu a circulação, não é possível afirmar qual a exata tiragem diária de exemplares. Consta no perfil da rede social a tiragem de 8.500 exemplares nos dias de semana e 10.500 aos finais de semana, ou seja, oportuno considerar que a informação em relação à tiragem é da empresa.

O cronista Francisco Souto Neto explica que a origem do *JM* teve início com a venda do *Jornal do Paraná* para a *Folha de Londrina*³⁹, tendo como fundador Petrônio Fernal, que permaneceu como proprietário até 1957. Depois, o *JM* passou pelas mãos de outros nove empresários. O que mais perdurou na presidência foi Gustavo Horst, que assumiu o jornal em 1967 em parceria com Jorge Miguel Ajuz. Em 1975, Horst assumiu integralmente o controle do periódico, do qual ficou à frente até falecer, em fevereiro de 2006. Foi sob o comando de Horst que o *JM* atingiu seu ápice, na década de 1980. Além de conquistar o mercado, o diário também chegou a ser considerado o terceiro maior jornal do Paraná⁴⁰.

Em 2007, o *Jornal da Manhã* foi vendido pela família Horst ao grupo Tribuna do Norte, de Apucarana (PR), e passou por uma grande reformulação. As equipes de redação, do comercial e da direção foram totalmente modificadas e o jornal – que até então era publicado em preto e branco na maioria dos dias e possuía uma gráfica na própria sede (rua Santos Dumont) – ganhou cor e foi encorpado com novas editorias, cadernos e passou a funcionar em outro imóvel, mais amplo e moderno e a impressão do jornal foi transferida para Apucarana. Além disso, a renovação tinha como meta a prática de um jornalismo público, com ampla participação da comunidade. (JM, 02/09/2007).

A reformulação do *JM* em 2007 surgiu do rompimento da parceria entre o dono do *Diário dos Campos*, Wilson Oliveira, e o Grupo Tribuna do Norte, que apoiou o renascimento do *DC* no fim da década de 1990. O sócio de Wilson desfez a sociedade e, juntamente com o então diretor de jornalismo do *DC*, Eloir Rodrigues, e o diretor comercial, Márcio Krzyuy, sustentou a revitalização do *JM* em 2007.

Nos primeiros anos da reformulação, a aposta no jornalismo público aparece através da Coluna *Ombudsman*; do Fala, Cidadão; do Conselho da Comunidade e do Dossiê JM

³⁸ Disponível em https://www.facebook.com/pg/jornaldamanha/about/?ref=page_internal. Acesso em 25 fev.2018.

³⁹ Disponível em <http://fsoutone.blogspot.com.br/2016/08/o-jornal-da-manha-de-ponta-grossa-nos.html>. Acesso em 19 nov.2017.

⁴⁰ Edição do dia 2 de setembro de 2007 do JM conta um pouco a história do diário.

(OGURA; GADINI, 2018). Porém, em 2017 (ano das edições coletadas para a presente pesquisa), não se vê mais traços de jornalismo cívico no referido periódico⁴¹.

Passados dez anos da mais importante reforma pela qual passou, o jornal ganhou um novo leiaute – de *standard* (56 x 62) passou para o formato *berliner* (40 x 24,4 centímetros) – e sua equipe de jornalistas foi reduzida, bem como o envolvimento da comunidade nos temas. O periódico, que circulava seis dias da semana, agora é publicado cinco vezes.

Em 2018, de terça a sexta-feira, o *JM* publica, normalmente, 16 páginas. Após a capa, vem a página Espaço Público, em que são divulgados o editorial, a coluna Informe JM (que não é assinada), a charge, um artigo (sob o nome de Debates) e o expediente; uma ou duas páginas de Política; de duas a três páginas de Dinheiro; três páginas de Cotidiano; uma de Bola (esportes); quatro de Mix (em que se incluem matérias de cultura e entretenimento e a Coluna Social) e páginas de Classificados. Na edição de sábado, que é considerada de final de semana, as páginas de Mix são substituídas pelo Caderno Urbe, onde ficam dispostas matérias especiais de entretenimento e cultura, a Coluna Social, notícias e programação das emissoras de TV, resumos das novelas, passatempos, colunas fixas de colaboradores e o Clubinho. Também nestas edições, são incluídas páginas de Imóveis, Autos e Classificados.

O gerente de conteúdos admite que a prioridade atualmente é com o Portal *ARede*, que integra o grupo *Jornal da Manhã*. Nas observações realizadas na redação, percebe-se, na prática, que os jornalistas focam mais no site que no impresso, embora alguns digitem seus textos numa plataforma com contagem de caracteres para a diagramação (algo dispensável quando se escreve para web).

Acerca dos aspectos de regionalidade, algumas editorias procuram trabalhar mais os acontecimentos regionais, especialmente Política e Dinheiro, com textos que trazem dados de mais municípios. (Figura 5). Já nas demais editoriais – Cotidiano, principalmente – os temas são tratados de forma pontual, por exemplo, notícias policiais. Ao contrário do *DC*, o *JM* não possui editorias nem cadernos específicos sobre a região. Os textos sobre municípios vizinhos a Ponta Grossa aparecem de forma diversificada entre as páginas, conforme o tema.

⁴¹ A prática de jornalismo público pelo *JM* foi tema de artigo apresentado por esta autora em parceria com o orientador desta dissertação no XVIII Intercom, em 2018.

Figura 5 - Região em destaque na página de Política do Jornal da Manhã
jornaldamanha | TER 24 OUT 2017 | COTIDIANO | 7

REFORÇO >> PONTA GROSSA RECEBERÁ 11 NOVOS VEÍCULOS

Emenda de Plauto garante compra de 17 viaturas para cidades da região

Investimento de R\$ 1,6 milhão é o maior já feito de uma só vez para ampliar a frota do setor de segurança da região

DA REDAÇÃO
cotidiano@jrnnews.com.br

O deputado Plauto Miro Guimarães Filho (DEM) assinou, na segunda-feira (23), o termo de compromisso com o governo do Estado que garante a compra e repasse de 17 viaturas policiais para Ponta Grossa e Região, por meio de emenda parlamentar. Este é o maior investimento já realizado para ampliar, de uma só vez, a frota do setor de segurança a partir da iniciativa de um deputado.

Os novos veículos serão destinados para as Polícias Civil e Militar, Corpo de Bombeiros e IML, sendo que 11 serão de uso exclusivo das corporações em Ponta Grossa. Os municípios de Carambei, Ipitanga, Orizuela e Ibiaguá, também serão contemplados.



Evento. Cerimônia marcou a assinatura do termo de compromisso para entrega de viaturas. Foto: Divulgação

Apresentando ao governador Beto Richa como gostaria que fosse feita a aplicação de parte das emendas a que tem direito, Plauto enfatizou a necessidade de que dois setores fossem priorizados: a Patrulha Rural e a Patrulha Escolar.

“A polícia precisa de estrutura para atender principalmente os pequenos agricultores,

que sofrem constantemente com assaltos e roubos. Por isso, solicitamos a compra de três caminhonetes com tração para percorrer com agilidade as estradas do interior”, argumentou o deputado.

Para o deputado Plauto, auxiliar na instrumentação da Patrulha Escolar é um privilégio. “Vejo o carinho com que o ca-

pitão Saulo coordena as ações de segurança nos colégios e, principalmente, o programa de restrição de veículos para estas ações é o mínimo que, como deputado, posso fazer. Serão duas Duster só para essa finalidade”.

Os recursos, no ordem de R\$ 1,6 milhão, já foram reservados e os contratos de compra com

municípios
Investimento no setor de segurança era prioridade

Em agosto deste ano, uma pesquisa apontava a Segurança Pública como a principal preocupação da população. Imediatamente, Plauto determinou à sua equipe técnica que elaborasse medidas, dentro da competência parlamentar, que pudessem contribuir na melhoria do setor. O deputado também considerou um pedido feito pela Sociedade Rural dos Campos Gerais para que houvesse um investimento na frota de veículos, principalmente para os policiais que atuam fora do perímetro urbano. Além disso, vários prefeitos fizeram o mesmo pedido, já que nem todos podem receber recentemente uma caminhonete do Estado.

as montadoras dos veículos já estão assinados. A entrega deve acontecer tão logo os rádios comunicadores e outros acessórios sejam instalados e revisados.

“Foi o modo que encontrei para auxiliar no combate à criminalidade e na redução da violência nas nossas cidades”, concluiu o deputado.

Fonte: Reprodução da página 7 da edição 19.919 do JM, 24/10/2017.

O JM também se mostra exemplar de jornal regional, conforme conceitos apresentados por Bueno (2013), pois conta com certa estrutura e separação dos setores comercial e jornalístico. O periódico – cuja sede fica na rua Marquês de Souza, vila Oficinas, em Ponta Grossa – possui oito jornalistas, incluindo o repórter fotográfico que também produz vídeos para o site. Há um diretor de redação, um gerente de conteúdos, um repórter de Política, um repórter de Dinheiro, dois repórteres de Cotidiano (sendo que um deles escreve para a editoria Mix), um editor do projeto *Vamos Ler* e dois estagiários de jornalismo (um fica no período da manhã e outro à tarde). A diagramação do jornal é feita por um profissional e não há motorista – o serviço é realizado pelo fotojornalista. O quadro de funcionários é mais enxuto que no DC; contando com os demais setores, o JM emprega cerca de 20 pessoas⁴².

Como se vê, os dois diários se propõem – seja por meta editorial ou estratégia de marketing – cobrir os municípios de abrangência da região dos Campos Gerais do Paraná. O que isso significa, na prática, e até que ponto se materializam tais pretensões editoriais, a pesquisa exhibe os dados e indicadores pela análise da amostra que integra o presente estudo.

4.2 A REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ

⁴² Com base na observação da Redação, realizada em setembro de 2017.

Conhecida por belas paisagens naturais, formações rochosas, cachoeiras, cidades históricas e pelo potencial agrícola, leiteiro e industrial, a Região dos Campos Gerais do Paraná não existe oficialmente no mapa. Seu nome tem origem na geografia – devido à “zona fitogeográfica natural, com campos limpos e matas galerias ou capões isolados de floresta ombrófila mista, onde aparece o pinheiro araucária” – e foi consagrado por Maack (1948) (apud DICIONÁRIO HISTÓRICO E GEOGRÁFICO..., s/d). A região, segundo o *Dicionário Histórico e Geográfico dos Campos Gerais* (s/d, grifo no original), está situada “sobre o **Segundo Planalto Paranaense**, no reverso da Escarpa Devoniana, a qual o separa do Primeiro Planalto, situado a leste”.

Segundo o *Dicionário* (s/d), o nascimento da região enquanto identidade histórica e cultural remonta à época do tropeirismo, a partir do século XVIII, já que os Campos Gerais se tornaram rota dos tropeiros por conta dos pastos e da água em abundância. O tropeirismo foi um movimento que perdurou até o início do século XX e consistia no “deslocamento de tropas de muares e gado de abate provenientes do Rio Grande do Sul com destino aos mercados de São Paulo e Minas Gerais”. (DICIONÁRIO, s/d). Até hoje se veem traços desse período histórico em muitas cidades paranaenses, com construções históricas, como o Museu do Tropeiro, situado em Castro; na gastronomia, como o feijão tropeiro, prato típico também de Castro; e o Santuário de Nossa Senhora das Brotas (padroeira dos tropeiros), que fica em Piraí do Sul. Com o intuito de preservar a cultura e a história que surgiram por conta do movimento, o Governo do Paraná sancionou, em setembro de 2017⁴³, a lei que regulamenta a atividade de turismo rural na Rota dos Tropeiros⁴⁴.

Porém, assim como constata o *Dicionário Histórico e Geográfico dos Campos Gerais*, a composição dos municípios dos Campos Gerais se adapta conforme o interesse, ou seja, não necessariamente segue uma linha da Geografia, mas também da Política e da Economia. A constatação se torna evidente quando da confecção do mapa para a presente pesquisa, visto que nem os dois jornais objetos do presente estudo coincidem na delimitação da área de cobertura.

Mais recentemente, outras definições têm sido adotadas para os Campos Gerais, atendendo a objetivos e interesses diversos, resultando em delimitações também diferentes. Para a Associação dos Municípios dos Campos Gerais - AMCG, prevaleceram critérios econômicos e políticos. Para a UEPG, têm prevalecido critérios de identidade histórica e geográfica, além da área de influência da Universidade. Para os consórcios de gestão ambiental, por exemplo o COPATI (Consórcio Intermunicipal para Proteção Ambiental da Bacia do Rio Tibagi), ligado ao SEHR - Sistema Estadual de Recursos Hídricos, tem prevalecido a área da bacia hidrográfica do Rio Tibagi. (DICIONÁRIO..., s/d).

⁴³ A lei foi sancionada e noticiada pelos dois jornais durante o período de análise para esta pesquisa.

⁴⁴ Disponível em <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=350794>. Acesso em 03 dez.18.

Como aponta a definição feita por meio do documento, a Universidade Estadual de Ponta Grossa considera integrantes dos Campos Gerais 24 municípios: Arapoti, Campo do Tenente, Cândido de Abreu, Castro, Ipiranga, Jaguariaíva, Ortigueira, Piraí do Sul, Porto Amazonas, Reserva, Telêmaco Borba, Tibagi, Balsa Nova, Campo Largo, Carambeí, Imbaú, Ivaí, Lapa, Palmeira, Ponta Grossa, Rio Negro, São José da Boa Vista, Teixeira Soares e Ventania. Todavia, nem todas as cidades integram os “Campos Gerais” do *Diário dos Campos* e do *Jornal da Manhã*, como se vê na sequência. E tampouco dentro da gestão do governo do Estado há uma unificação da região no que se refere ao número de municípios⁴⁵.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), boa parte da Região dos Campos Gerais é composta pela mesorregião geográfica centro-oriental paranaense, que tem como cidade-polo Ponta Grossa.

Entende-se por mesorregião uma área individualizada em uma Unidade da Federação que apresenta formas de organização do espaço geográfico definidas pelas seguintes dimensões: o processo social como determinante, o quadro natural como condicionante e a rede de comunicação e de lugares como elemento da articulação espacial. Estas três dimensões possibilitam que o espaço delimitado como mesorregião tenha uma identidade regional. Esta identidade é uma realidade construída ao longo do tempo pela sociedade que aí se formou. (IBGE, 1990, p. 8).

Segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IparDES)⁴⁶, que toma como base os dados do IBGE, 14 municípios formam a mesorregião “Campos Gerais”: Imbaú, Ortigueira, Reserva, Telêmaco Borba, Tibagi, Ventania, Arapoti, Jaguariaíva, Piraí do Sul, Sengés, Carambeí, Castro, Palmeira e Ponta Grossa. No entanto, a Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG)⁴⁷ acrescenta a este mapa mais cinco cidades, além das citadas pelo IparDES/IBGE: Curiúva, Ipiranga, Ivaí, Porto Amazonas e São João do Triunfo. Os jornais diários de Ponta Grossa, por sua vez, “montam” seus próprios mapas da Região dos Campos Gerais, embora isso não esteja explícito nas edições. Contudo, a região de cobertura de cada diário foi traçada com base nos anuários que cada um deles divulga (Figuras 6 e 7). Os anuários apresentam o perfil socioeconômico das cidades e sua publicação é dirigida a órgãos públicos governamentais municipais e estaduais e também a entidades de interesse, como associações comerciais e industriais.

⁴⁵ São vários os órgãos estaduais regionais sediados em Ponta Grossa, como de segurança, saúde, educação, habitação, etc. Mas para citar apenas dois exemplos de que como cada órgão “cria” seu próprio mapa. O Núcleo Regional de Educação, ligado à Secretaria Estadual de Educação, atende 11 municípios: Carambeí, Castro, Imbituva, Ipiranga, Ivaí, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Porto Amazonas, São João do Triunfo e Tibagi. (Disponível em <http://www.nre.seed.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=63>. Acesso em 04 dez.2018). Já a 3ª Regional de Saúde abrange 12 cidades: Arapoti, Carambeí, Castro, Ipiranga, Ivaí, Jaguariaíva, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Porto Amazonas, São João do Triunfo e Sengés. (Disponível em <http://www.saude.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=2755>. Acesso em 04 dez.2018).

⁴⁶ Disponível em www.ipardes.pr.gov.br. Acesso em 16 ago.2017.

⁴⁷ Disponível em www.amcg.com.br. Acesso em 26 jan.2018.

Figura 6 - Capa do anuário Caminhos dos Campos Gerais, publicado pelo Jornal da Manhã, edição 2017.



Fonte: Reprodução, JM

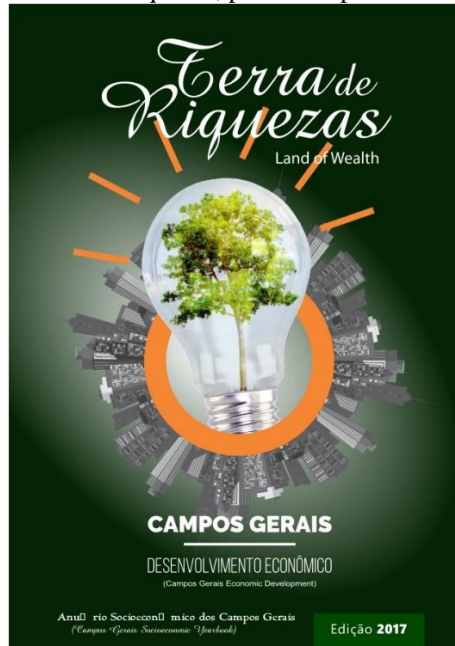
No caso do *JM*, a abrangência regional pode ser considerada pela publicação do Anuário *Caminhos dos Campos Gerais*⁴⁸, que em 2017 registra a oitava edição. Além dos 19 municípios já citados, o periódico também inclui na região as cidades de Cândido de Abreu, Fernandes Pinheiro, Imbituva, Irati, Prudentópolis, Rebouças e Teixeira Soares. Já o *DC* – conforme o Anuário *Terra de Riquezas*, publicado em 2017 – exclui Curiúva como município dos Campos Gerais, mas acrescenta aos dados oficiais do Ipardes/IBGE e da AMCG outros quatro municípios: Guamiranga, Imbituva, Irati, Prudentópolis e Teixeira Soares. (LUCINI, 2017). Ou seja, levando em consideração as referidas publicações, para o *JM*, os Campos Gerais seriam compostos por 26 municípios, enquanto que para o *DC* a citada região é formada por 23 cidades.

Como não existe uma definição explícita de qual seria a área de abrangência dos jornais ponta-grossenses, os anuários podem ser considerados indicadores deste “mapa”. Mesmo assim, alguns jornalistas que atuam nos periódicos não sabem ao certo quais municípios cobrem em suas reportagens. A Repórter C, por exemplo, diz que produz reportagens sobre Mallet – cidade que não faz parte dos Campos Gerais, como apontam os institutos geográficos, a AMCG e os anuários do *DC* e do *JM*. Por outro lado, a Repórter B afirma que o jornal tem

⁴⁸ Disponível em <http://arede.info/jornaldamanha/cotidiano/167359/JM-E-AREDE-LANCAM-NA-SEGUNDA-FEIRA-A-8-EDICAO-DO-ANUARIO-CAMINHOS-DOS-CAMPOS-GERAIS>. Acesso em 26 jan.2018.

uma lista de 23 municípios que os jornalistas cobrem, o que condiz com o anuário do referido veículo de comunicação no qual atua.

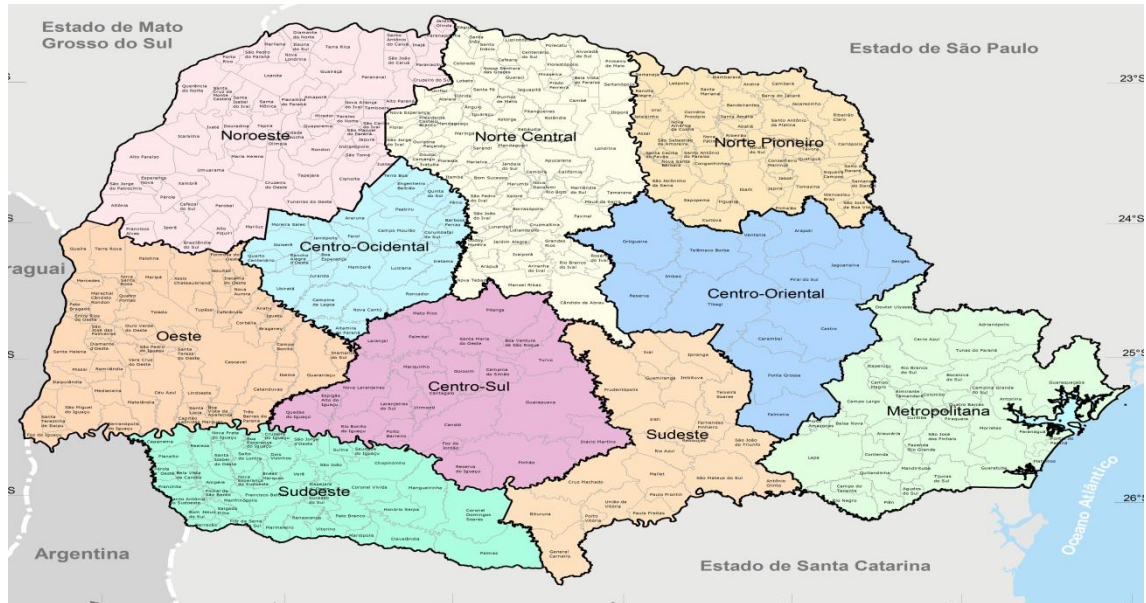
Figura 7 - Capa do anuário Terra de Riquezas, publicado pelo Diário dos Campos, edição 2017.



Fonte: Reprodução, DC

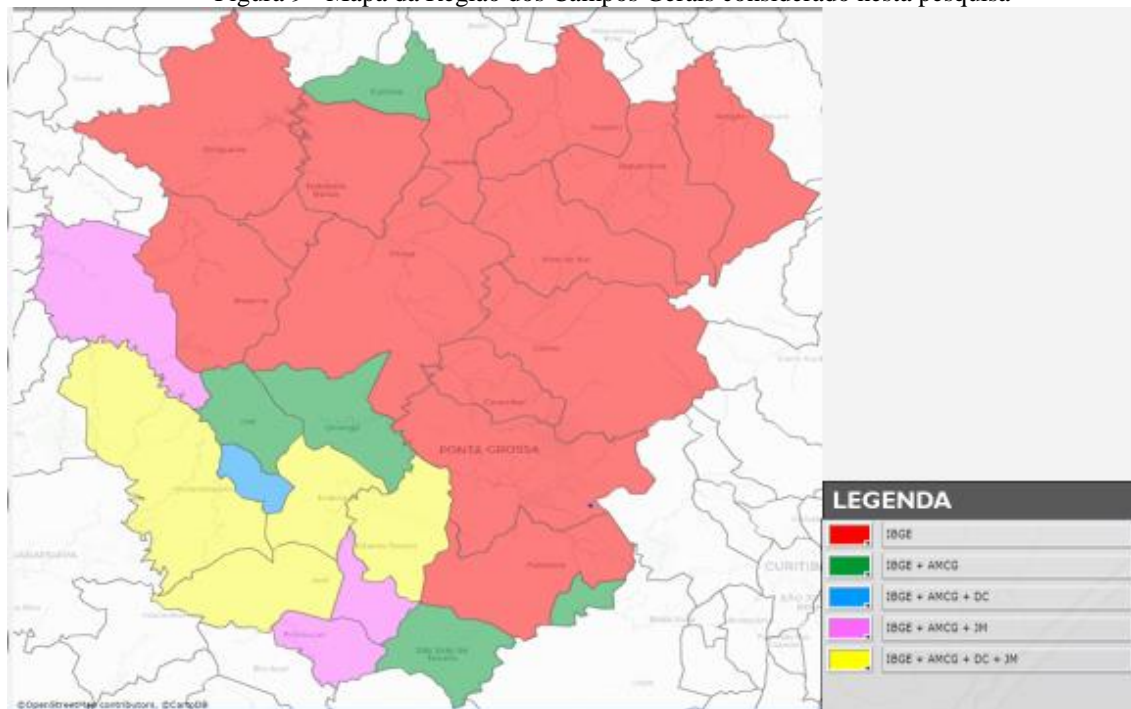
Para esta pesquisa foi elaborado um mapa da região no qual são considerados os 27 municípios citados pelos jornais – embora haja uma diferença entre eles: o *JM* cita quatro cidades diferentes do *DC*, enquanto este aponta um município diferente na comparação com o outro periódico. A fim de contemplar todas as cidades elencadas pelos jornais no total, decidiu-se que a Região dos Campos Gerais abordada nesta pesquisa soma 27 municípios (Figuras 8 e 9).

Figura 8 - Mapa do Paraná: a maior parte dos municípios da Região dos Campos Gerais localiza-se na Região Centro-Oriental do Estado



Fonte: Ipardes, 2018

Figura 9 - Mapa da Região dos Campos Gerais considerado nesta pesquisa



Fonte: Autora, com dados do IBGE/Ipardes, AMCG, DC e JM.

O estudo mostra que apenas uma cidade não aparece em nenhum dos dois jornais durante o período analisado. Trata-se de Cândido de Abreu que, embora seja a mais distante de Ponta Grossa no mapa elaborado para a pesquisa (fica a 181 quilômetros da sede dos jornais), é contemplada pelo anuário do *JM*. Ou seja, mesmo as cidades “excluídas” da área de cobertura – no caso do *JM*, o município de Guamiranga, e no *DC*, os municípios de Curiúva, Fernandes

Pinheiro e Rebouças – foram notícia pelo menos uma vez entre os meses de setembro e outubro de 2017 em ambos os diários.

4.2.1 Perfil socioeconômico

Juntos, os 27 municípios que formam a Região dos Campos Gerais concentram 1.016.859 habitantes, segundo dados do IBGE⁴⁹, com estimativa para o ano de 2017. O menor município da região em número de moradores é Porto Amazonas, com 4.835, enquanto o maior é Ponta Grossa, com 344.332. Entre as cidades de médio porte estão Telêmaco Borba, com 77.276, e Castro, com 71.501.

O Produto Interno Bruto (PIB) *per capita* demonstra uma disparidade entre as cidades dos Campos Gerais. Durante a produção desta dissertação, os últimos dados do IBGE disponíveis para o quesito PIB *per capita* eram de 2014 e apontam que a cidade com o maior PIB *per capita* da região é Carambeí, com R\$ 59.104,72. Em contrapartida, o município com o menor PIB *per capita* é Imbaú, com R\$ 10.824,14, naquele ano.

A região se destaca na produção agropecuária, sendo uma das maiores produtoras de leite do Brasil (Castro e Carambeí são a primeira e a terceira cidades, respectivamente, no ranking nacional)⁵⁰; Telêmaco Borba e Tibagi se sobressaem nacionalmente na silvicultura⁵¹; Ortigueira é reconhecida nacionalmente pela produção de mel e já foi a maior produtora da substância do Brasil⁵². Hoje, o município também é um importante polo industrial por conta da fábrica da Klabin.

Depois de Ponta Grossa, Carambeí é o município que mais aparece na mídia impressa diária ponta-grossense. Durante a pesquisa, o tema que mais fez com que a cidade mais próxima de Ponta Grossa se sobressaísse é Variedades/Cultura por conta da repercussão do Festival de Tortas.

Distrito de Castro até 1995, Carambeí foi fundada em 1911 por imigrantes holandeses e desenvolveu-se a partir da Cooperativa Batavo, cuja marca foi comprada em 2015 pelo grupo Lactalis. Neste mesmo ano, a Batavo Cooperativa Agroindustrial foi transformada em Frísia Cooperativa Agroindustrial, que em 2017 faturou R\$ 2,4 bilhões, especialmente devido à

⁴⁹ www.ibge.gov.br. Acesso em 17 nov.2017.

⁵⁰ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/07/1905201-producao-leiteira-do-parana-e-a-que-mais-cresce-no-pais.shtml>. Acesso em 17 nov.2017.

⁵¹ Disponível em: <http://arede.info/campos-gerais/133100/regiao-se-destaca-como-o-2-maior-polo-madeireiro>. Acesso em 17 nov.2017.

⁵² Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/mel-de-ortigueira-e-nova-indicacao-geografica>. Acesso em 17 nov.2017.

produção de grãos, carne e leite⁵³. Além do destaque econômico, a cultura e a tradição daqueles imigrantes ainda hoje são bastante presentes na educação e na religiosidade do povo carambeense.

Castro é o segundo no ranking de presença nos jornais impressos de Ponta Grossa e os temas que mais levam a cidade à imprensa, no período analisado, são Esportes (*DC*) e Político-institucional (*JM*). O primeiro devido à transferência do time de vôlei Caramuru de Castro para Ponta Grossa – fato que ocorreu durante o período de coleta das edições – e o segundo por conta de fatos políticos, como presença do governador do Estado para inauguração de ala de hospital. Ambos os assuntos foram tema de mais de uma edição.

Castro foi a primeira cidade paranaense constituída oficialmente, em 1857 e, por isso, é considerada “Cidade Mãe do Paraná”. Durante três meses, em 1894, chegou a ser a capital do Estado. Colonizada por tropeiros e imigrantes de diferentes etnias, o município hoje se destaca economicamente pela atividade agropecuária, com a produção de grãos, leite e calcário. O parque industrial é diversificado e conta com empresas de setores variados, mas uma das principais alavancas da economia local é a Cooperativa Castrolanda, fundada na década de 1950 com a chegada de imigrantes holandeses. Em 2017, o faturamento da cooperativa alcançou R\$ 2,8 bilhões⁵⁴.

Jaguariaíva também está entre os cinco municípios que recebem espaço no *JM* e no *DC* principalmente por dois fatores: o prefeito do município, durante o período analisado, também é o presidente da Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG), portanto, é uma fonte frequente da imprensa regional; o segundo fator é a participação ativa das escolas da cidade no projeto do *Jornal da Manhã* “Vamos Ler”. Uma vez por semana, os trabalhos desenvolvidos pelo programa são notícia nas páginas do *JM*.

Palmeira é outro município que está entre os mais presentes nas páginas dos impressos ponta-grossenses, com maior visibilidade dada pelo *DC*. Os temas Político-institucional e Economia são os que mais levam a cidade às páginas dos dois diários analisados. As atividades agropecuárias são as predominantes na economia local, mas a cidade também se destaca nos quesitos história, cultura e turismo. Fundada em abril de 1819, Palmeira recebeu imigrantes de diversas regiões. Entre 1890 e 1894, o município viveu a primeira experiência anarquista da América Latina, na Colônia Cecília – local que até hoje é ponto turístico⁵⁵.

⁵³ Informações do site da Prefeitura de Carambeí (www.carambei.pr.gov.br) e da Cooperativa Frísia (www.frisia.coop.br). Acesso em 19 dez.2018.

⁵⁴ Informações do site da Prefeitura de Castro (www.castro.pr.gov.br) e da Cooperativa Castrolanda (www.castrolanda.coop.br). Acesso em 19 dez.2018.

⁵⁵ Informações do site da Prefeitura de Palmeira (www.palmeira.pr.gov.br). Acesso em 19 dez.2018.

Ainda no rol de municípios “privilegiados” pelos jornais de Ponta Grossa está Tibagi, um dos roteiros turísticos mais importantes do Paraná. O setor movimenta a economia local assim como a agricultura. Porém, não é o turismo que mais leva a cidade a aparecer na imprensa durante o período de coleta das edições e sim os assuntos Político-institucional, Economia e Educação. No campo econômico, Tibagi se destaca por ser um dos maiores produtores de trigo do Brasil. No turismo, as belezas naturais – como o Parque Estadual do Guartelá – e o Carnaval atraem pessoas de todo o país.

Outro município com presença assídua nas páginas do *DC* e do *JM* é Telêmaco Borba, que é a segunda maior cidade em número de habitantes dos Campos Gerais (atrás apenas de Ponta Grossa) e uma das mais novas também. O município surgiu a partir da implantação de uma unidade das Indústrias Klabin do Paraná Papel e Celulose S/A, na década de 1940, no local chamado de Fazenda Monte Alegre. Em julho de 1960, o território da fábrica e seu entorno foram desmembrados de Tibagi e o novo município recebeu o nome de Cidade Nova. Porém, em dezembro do mesmo ano, a Assembleia vetou o desmembramento, fazendo com que Cidade Nova voltasse à condição de bairro de Tibagi. Em outubro de 1961, foi oficialmente criado o Distrito de Cidade Nova e somente em julho de 1963 o então governador Ney Braga sancionou a lei que emancipou o distrito, porém, ao invés de Cidade Nova, recebeu a denominação de Telêmaco Borba⁵⁶.

A fábrica da Klabin em Telêmaco é a “maior produtora de papéis de fibra virgem para embalagens da América Latina e uma das dez maiores produtoras de papel cartão de fibra virgem do mundo” e sua “capacidade de produção” é de “mais de um milhão de toneladas de papéis por ano”⁵⁷.

Mas não é apenas pelo tema Economia que Telêmaco aparece nas páginas dos jornais – embora ele esteja entre os mais tratados pelo *JM*, ao lado de Político-institucional, Educação e Pessoa do Político. No *DC*, os acontecimentos de Violência/Segurança predominam.

É com base nesse mapa que a pesquisa foi realizada, com o intuito de descobrir se os municípios citados pelos *mídia* de Ponta Grossa como integrantes da Região dos Campos Gerais são representados nas páginas dos jornais e, em caso afirmativo, de que forma isso ocorre. Isto é, como os periódicos analisados abordam – ou não abordam – os municípios do entorno de Ponta Grossa em suas páginas e quais temas costumam levar uma cidade da região a se tornar

⁵⁶ Informações do site da Prefeitura de Telêmaco Borba. Disponível em <http://www.telemacoborba.pr.gov.br/a-cidade/historico.html>. Acesso em 15 jan.2019.

⁵⁷ Informações do site da Klabin. Disponível em <https://www.klabin.com.br/pt/a-klabin/unidades-e-escritorios/>. Acesso em 15 jan.2019.

notícia. Na Tabela 1, além dos dados socioeconômicos, uma coluna mostra a distância dos municípios em relação a Ponta Grossa⁵⁸.

Tabela 1- Perfil dos municípios considerados integrantes da Região dos Campos Gerais, segundo os jornais (DC e JM)

MUNICÍPIO	HABITANTES	PIB <i>PER</i> <i>CAPITA</i> (R\$)	TERRITÓRIO (km ²)	DISTÂNCIA DE PG (em km rodov.)
Arapoti	27.906	34.348,01	1.360,494	134
Cândido de Abreu*	16.059	16.445,08	1.510,160	181
Carambeí	22.282	59.104,72	649,680	31
Castro	71.501	31.931,73	2.531,503	43
Curiúva*	15.004	12.135,91	576,263	169
F. Pinheiro*	5.904	22.250,09	406,500	70
Guamiranga**	8.619	21.625,06	244,795	79
Imbaú	12.697	10.824,14	330,703	106
Imbituva	31.719	22.082,35	756,535	62
Ipiranga	15.139	25.660,39	927,087	54
Irati	60.425	23.687,63	999,517	95
Ivaí	13.797	16.293,43	607,848	91
Jaguariaíva	34.822	36442,43	1.453,067	118
Ortigueira	23.200	28.650,40	2.429,564	141
Palmeira	34.023	30.687,12	1.470,072	47
Piraí do Sul	25.277	29.277,50	1.403,066	75
Ponta Grossa	344.332	34.669,62	2.054,732	0
Porto Amazonas	4.835	18.353,86	186,581	67
Prudentópolis	52.125	16.731,74	2.236,579	98
Rebouças*	14.981	19.590,63	481,840	112
Reserva	26.763	16.763,00	1.635,522	107
São J. Triunfo	14.927	27.176,79	720,407	94
Sengés	19.443	23.711,78	1.437,364	156
Teixeira Soares	11.834	22.487,56	902,793	56
Telêmaco Borba	77.276	34.906,79	1.382,860	128
Tibagi	20.562	33.293,14	2.951,567	103
Ventania	11.407	15.618,24	759,367	127

*Citado apenas pelo JM

**Citado apenas pelo DC

Fonte: Autora, com base nos dados do IBGE, 2018, e www.distanciaentrecidades.com

⁵⁸ Optou-se por inserir a referida coluna para verificar se a distância interfere na inserção dos municípios como notícia dos jornais. Segundo os entrevistados, a proximidade geográfica é um dos motivos que contribui para a cobertura noticiosa de algumas cidades da região em relação a outras. (EDITOR A, 2018; REPÓRTER E, 2018).

O que a pesquisa revela é que a distância não é fator determinante para a decisão de se noticiar acontecimentos dos municípios vizinhos a Ponta Grossa, embora jornalistas entrevistados a considerem um entrave para coberturas *in loco*. Todos os repórteres afirmam que já se deslocaram para fazer matérias em cidades próximas, mas que, atualmente, essas viagens são raras. Elas ocorrem para cumprir agendas políticas, econômicas ou, então, acidentes ou fatos policiais de maior magnitude. “É mais Castro, quando tem o Agroleite; Carambeí, [para cobrir a] Expofrísia ou alguma coisa muito grave de polícia que aconteça que leve um repórter para lá, ou acidente. Aí sim, se é um acidente próximo, tipo mais Carambeí. Senão, não”. (REPÓRTER B, 2018).

Eu lembro de ter ido para cidades da região em três, quatro momentos nestes cinco anos, pra [sic] cobrir visita de autoridade. Por exemplo, fui cobrir, na época, visita da governadora liberando recursos nos últimos dias. Aí a gente viajava com ela, né, acompanhando ela [sic] em vários lugares. Eu lembro que fui em Jaguariaíva, daí fui em Castro, daí fui em Carambeí [sic], daí voltei pra Ponta Grossa. O dia inteiro cobrindo o que a mulher fazia. É, então, esse tipo de situação. Ou uma reunião importante da AMCG, um evento importante, a gente tendia a ir ao local né. Que eu fui uma vez numa destruição causada por chuvas em uma cidade, Sengés. Fui pessoalmente. Coisas grandes. (REPÓRTER E, 2018).

Constata-se que a distância não é empecilho, pois Jaguariaíva está entre os cinco municípios da região mais citados pelos jornais entre os meses de setembro e outubro de 2017. Localizado a 118 quilômetros de Ponta Grossa, o município apareceu em 35 notícias nas páginas internas do *Diário dos Campos* e em 38 do *Jornal da Manhã*, no período analisado. A cidade de Ipiranga, distante 54 quilômetros de Ponta Grossa, por sua vez, apareceu em 18 textos do *DC* e em 12 do *JM*. Sobre a abertura maior para Jaguariaíva em relação a outros municípios, jornalistas entrevistados destacam o fato de o prefeito ser o presidente da AMCG.

O Editor B (2018) explica que a tecnologia tem ajudado os jornalistas a cobrir a região sem precisar se deslocar. Ele cita o uso das redes sociais, especialmente o *WhatsApp*, para garantir entrevistas com pessoas que estão nas cidades mais distantes. Além disso, a empresa tem investido em tecnologia da comunicação por conta do *site* e, por isso, foi instalada em 2018 uma *Web TV*. Através dela já foram realizadas entrevistas com o presidente da AMCG e prefeito de Jaguariaíva, Juca Sloboda; com o prefeito de Castro, Moacyr Elias Fadel Junior, e com um entrevistado de Telêmaco Borba. “Conseguimos fazer entrevistas do estúdio sem o entrevistado estar no estúdio”. (EDITOR B, 2018).

No dia da entrevista com o Editor B, o jornal iria mandar um repórter e um fotógrafo para Castro para cobrir uma solenidade política. Questionado por que optou por enviar a equipe ao invés de utilizar a *Web TV*, o editor respondeu:

Em função da solenidade que vai ter lá. E também pela importância do evento. São 30 milhões [de reais] acho que para obras de infraestrutura e é uma informação

importante tanto para Castro quanto para o desenvolvimento da região. Outra questão, não é só prefeito que vai estar lá. Tem diretores da Caixa Econômica que vão estar presentes também. Então, você mandando uma equipe você consegue ouvir mais pessoas, dar mais consistência à reportagem. Se fosse um anúncio que o prefeito: “ah, eu recebi 30 milhões [de reais] da Caixa” e só ele estando lá é claro que poderia usar esse artifício de colocar ele pela *Web TV* e assim a gente fazer a entrevista. (EDITOR B, 2018).

O resultado da pesquisa e os argumentos resumidos na resposta do Editor B demonstram que a distância está longe de ser o motivo principal para priorizar algumas cidades. No estudo, fica claro o interesse por matérias de cunho político e econômico sobre as cidades dos Campos Gerais, bem como o privilégio para órgãos públicos e privados com assessorias de comunicação eficientes, ou seja, que enviam *releases* para os jornais.

E muitas das vezes por conta da dificuldade em estar em todos esses municípios, o que contribui muito para a inserção de material no jornal, seja no *site*, no jornal impresso, é o próprio trabalho das assessorias. Eu vejo, assim, que as cidades, câmaras, municípios que têm assessorias, que tem um trabalho mais efetivo de mandar material, acaba saindo mais conteúdo dessas cidades. (REPÓRTER A, 2018).

Assim, se considerar o material analisado e as entrevistas dos profissionais, o uso de material de assessoria de imprensa dos setores de gestão pública (prefeitura ou câmara de vereadores) ou privados (grupos sediados) é o que, basicamente, parece justificar a noticiabilidade e o próprio espaço ocupado pelos municípios da região dos Campos Gerais nas páginas dos dois diários publicados em Ponta Grossa.

CAPÍTULO 5

ONDE ESTÃO OS CAMPOS GERAIS NAS CAPAS DOS JORNAIS?

A pesquisa sobre jornalismo regional no *Diário dos Campos* e *Jornal da Manhã* consiste na investigação sobre a maneira como os municípios vizinhos a Ponta Grossa se tornam notícia. Uma das técnicas utilizadas para este trabalho é a análise de conteúdo das capas dos dois veículos de comunicação pelo período de dois meses (setembro e outubro de 2017).

Diferente da análise de conteúdo aplicada nas páginas internas, o estudo das capas foi completo, ou seja, foram levadas em consideração todas as chamadas, incluindo as de Ponta Grossa – município sede dos jornais. Todavia, excluíram-se os anúncios publicitários, até mesmo os relativos à região, porém, eles entraram na análise de conteúdo, mas junto às páginas internas. Já nas internas o estudo se deu apenas acerca dos textos – incluindo publicidade – referentes aos municípios no entorno de Ponta Grossa e que integram a região dos Campos Gerais.

Outra distinção pertinente a se fazer é em relação à variável “Abrangência”, cujas categorias para a primeira página são Local, Regional, Estadual, Nacional e Não Identificado. Para a análise da capa, devido à inclusão de Ponta Grossa, a abrangência Local é exclusivamente voltada à cidade sede dos veículos de comunicação. Já quando a chamada se refere a outros municípios, foi categorizada como Regional. Quando da análise das páginas internas, a dinâmica aplicada é diferente. A variável “Abrangência” também aparece, mas a categoria Local é aplicada quando o assunto se refere a um município especificamente.

A capa, como se sabe, é o espaço privilegiado do jornal impresso. Nela só entram, por decisão do (a) editor (a), as notícias consideradas as mais importantes do dia, além de ser o chamariz para o leitor muitas vezes decidir-se pela compra ou não, pela leitura ou não da edição. A primeira página forma uma espécie de mapa do que o leitor vai encontrar no jornal daquele dia (BEZERRA, 2005).

Para McCombs (2009), este espaço não deixa de ser uma espécie de agenda para o consumidor, uma vez que ele é responsável pela saliência dada a determinadas notícias. “A matéria principal da p. 1, a página de capa *versus* a página interior, o tamanho do título, e mesmo o tamanho de uma matéria comunicam a saliência dos tópicos da agenda noticiosa”. (MCCOMBS, 2009, p. 18). Outros autores também destacam a valorização da capa para os jornais, como resume Silva (2007, p. 76):

A primeira página de uma publicação é a vitrina onde deverão estar expostos os principais elementos informativos que se deseja comunicar. Nela são traçadas as estratégias de sedução de leitura, onde o grafismo contido na forma harmoniosa desperta esse interesse, de acordo com os critérios utilizados pelos planejadores gráficos.

Segundo pesquisa de Barsotti (2015), a capa como referência dos acontecimentos noticiados dentro do jornal tem uma história que começou no século XIX nos Estados Unidos.

A transformação da primeira página foi uma estratégia mercadológica fundamental para a massificação dos periódicos, já estabelecidos como empresas capitalistas em busca da ampliação de seu público. A ideia era fascinar e atrair o leitor, com uma linguagem jornalística que vendia publicitariamente o jornal, além de instaurar uma forma de sentido que ordenava hierarquicamente os fatos noticiáveis. (BARSOTTI, 2015, s/p).

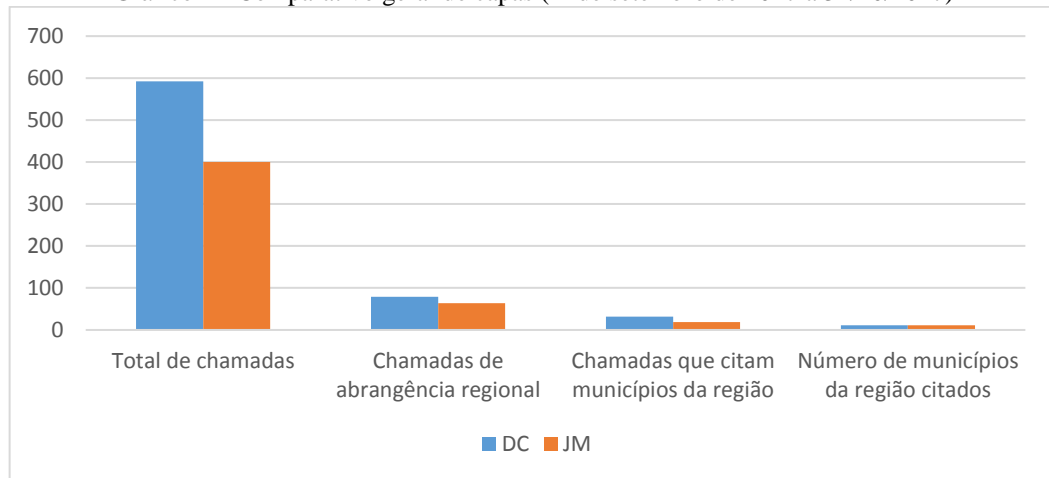
No Brasil, de acordo com Barsotti (2015), a primeira página moderna surgiu em 1905 e foi se desenvolvendo com o passar dos anos. “Em 1915, a primeira página com manchete e outras notícias destacadas, além de fotos e ilustrações, já é uma realidade na *Gazeta de Notícias* e no *Correio da Manhã*”. (BARSOTTI, 2015, s/p).

Apesar do privilégio que é a capa de um jornal, a distribuição das notícias segue uma hierarquização. O título que está no pé da página não tem a mesma importância que a manchete, assim como uma chamada sem foto poderia ter menos valor que aquela acompanhada por uma imagem. “Essas distintas visibilidades indicam a importância dada pelos jornalistas aos temas tratados nas capas dos jornais”. (CERVI, 2009b, s/p). Por isso, além de buscar os municípios da região na capa, também houve a preocupação em conferir a localização deles.

Além de conteúdo, estes pormenores indicam a existência de um “discurso da notícia na imprensa”, conforme teoria proposta por van Dijk. (LONARDONI, 1999, p. 113). Esse modelo propõe que o discurso da notícia se divide em sumário e relato noticioso (ou relato jornalístico). Segundo a autora, o sumário manifesta os eventos mais importantes e a esta “categoria pertencem a **manchete** e o **lide**, que juntos funcionam como um resumo do discurso da notícia, sendo agrupados sob a categoria de nível mais alto”. (LONARDONI, 1999, p. 113, grifos da autora).

Para facilitar a compreensão dos resultados obtidos pela pesquisa, apresenta-se, a partir daqui, alguns dados comparativos entre os dois jornais analisados e, em seguida, são esmiuçados outros resultados de cada um dos jornais. Foram contabilizadas 992 chamadas nos dois periódicos (592 no *DC* e 400 no *JM*), entre setembro e outubro de 2017. (Gráfico 1). Por conta do formato diferenciado entre um e outro (*JM* é *berliner* e o *DC* é *standard*) e de um volume de chamadas bastante distinto, procurou-se evitar a comparação nos mesmos gráficos para não ocorrer divergências numéricas. Por isso, apenas poucos gráficos (1 e 4) fazem uma comparação direta.

Gráfico 1 - Comparativo geral de capas (1º de setembro de 2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018.

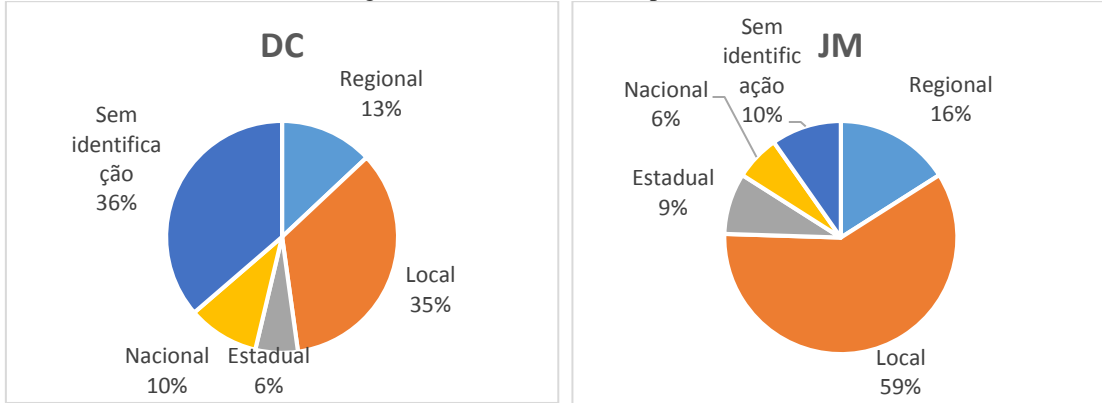
Como já sinalizado no início do capítulo, para a capa entram como Abrangência Regional **a)** chamadas que tratam de municípios da região - com exceção de Ponta Grossa -, **b)** assuntos de interesse da região, quer seja sobre órgãos públicos, privados ou entidades estabelecidos em Ponta Grossa ou outra cidade da região, mas que atinjam, de alguma maneira, a população dos Campos Gerais e **c)** temas que envolvem pelo menos duas cidades – podendo aparecer Ponta Grossa. Seguem três exemplos de chamadas de Abrangência Regional: **a)** “Luiz Blum analisa trabalho da PREFEITURA EM IPIRANGA” (DC, 23/09/2017, caixa alta no original), **b)** “Eleições 2018 / Desenvolvimento - Péricles quer plano específico à região” (JM, 30/09/2017), **c)** “Promessa - Torcedores do Operário viajam a pé a Carambei” (JM, 24/10/2017).

A análise demonstra tratamento consideravelmente distinto na escolha dos assuntos que serão destaque no quesito abrangência da notícia. No JM, observa-se uma predileção evidente em relação aos temas de interesse da cidade de Ponta Grossa. Quase 60,0% (238) do total de chamadas publicadas nos dois meses analisados são sobre o município. Em segundo lugar, estão as notícias de cunho regional, com 16,0% (65). A categoria “Sem identificação” soma 9,7% (39) das chamadas; trata-se de textos em que não é possível dimensionar a abrangência, como nesta chamada-título, por exemplo: “Ciclistas pedem mais segurança nas ruas” (JM, 10/10/2017).

Chamadas de capa de abrangência “Sem identificação” são as que mais aparecem no DC, com 36,3% (215). Exemplo desse tipo de chamada no DC é a fotolegenda: “Alternativa - Placa solar traz mais economia” (DC, 02/09/2017). Em seguida, aparecem as chamadas

relativas a Ponta Grossa, com 34,7% (206) e, com bem menos ocorrências, as de cunho regional, com 13,0% (77) do total. (Gráficos 2 e 3).

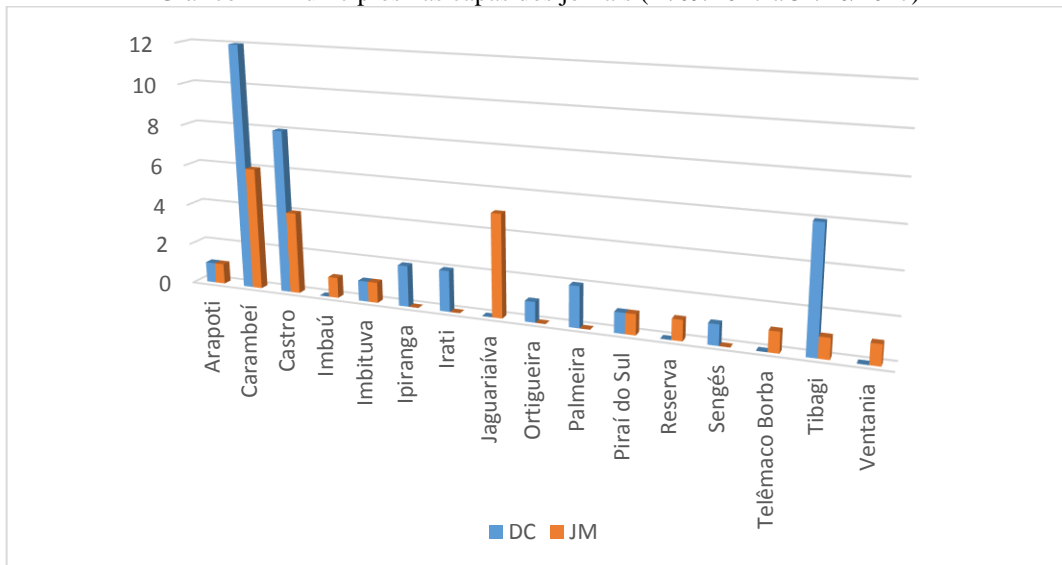
Gráficos 2 e 3 - Abrangência das chamadas de capa (1º de setembro de 2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018

Os dois jornais citam, no período estudado, 11 municípios do entorno de Ponta Grossa na primeira página (Gráfico 4); alguns aparecem apenas uma vez, outros mais de uma vez e, eventualmente, as chamadas citam mais de um município. No *DC*, 32 textos mencionam cidades da região, o equivalente a 5,4% do total de chamadas. No *JM*, os municípios citados estão distribuídos em 19 chamadas – 4,7% do total. O município da região com maior número de chamadas em ambos os jornais é Carambeí, com seis notícias de capa no *JM* e 12 no *DC* (Quadro 1 e 2).

Gráfico 4 - Municípios nas capas dos jornais (1º/09/2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018

Quadro 1 - Municípios do entorno de Ponta Grossa nas capas do DC (1º/09/2017 a 31/10/2017)

MUNICÍPIO	QUANTIDADE CHAMADAS	TEMA MAIS PRESENTE
Carambeí*	12 (9 com foto)	Variedades/cultura (7 chamadas)
Castro*	8 (4 com foto)	Político-institucional e Variedades/cultura (ambos os temas com 2 chamadas cada)
Tibagi*	6 (2 com foto)	Político-institucional e Violência/segurança (ambos os temas com 2 chamadas cada)
Palmeira	2 (ambas com foto)	Economia e Pessoa do político
Ipiranga*	2 (1 sem foto)	Violência/segurança e Pessoa do político
Irati	2 (nenhuma com foto)	Violência/segurança e Saúde
Sengés	1 (sem foto)	Violência/segurança
Arapoti	1 (sem foto)	Infraestrutura urbana
Imbituva	1 (sem foto)	Infraestrutura urbana
Ortigueira*	1 (sem foto)	Violência/segurança
Piraí do Sul	1 (sem foto)	Violência/segurança

* Municípios aparecem numa mesma chamada sobre Violência/Segurança.

Fonte: Autora, 2018

Quadro 2 - Municípios do entorno de Ponta Grossa nas capas do JM (1º/09/2017 a 31/10/2017)

MUNICÍPIO	QUANTIDADE CHAMADAS	TEMA MAIS PRESENTE
Carambeí	6 (4 com foto)	Economia (2 chamadas)
Jaguariaíva	5 (1 com foto)	Pessoa do político (3 chamadas)
Castro	4 (todas com foto)	Pessoa do político, Saúde, Variedades/cultura, Acidentes
Tibagi	1 (com foto)	Violência/segurança
Imbituva	1 (sem foto)	Acidentes
Arapoti	1 (com foto)	Economia
Reserva*	1 (sem foto)	Pessoa do político
Imbaú*	1 (sem foto)	Pessoa do político
Telêmaco Borba*	1 (sem foto)	Pessoa do político
Ventania*	1 (sem foto)	Pessoa do político
Piraí do Sul*	1 (sem foto)	Pessoa do político

* Mesma chamada traz as cinco cidades

Fonte: Autora, 2018

Os números da capa coincidem com o que os jornalistas entrevistados dizem sobre a cobertura regional. Todos elencam que Carambeí é uma das cinco cidades que mais têm espaço no jornal, devido à “proximidade” com Ponta Grossa (EDITOR A, 2018; REPÓRTER B, 2018)

e de seu potencial econômico (REPÓRTER E, 2018). No entanto, nenhum jornalista destaca o turismo como elemento selecionador para colocar Carambeí no jornal, mas é por conta deste tema que o município recebeu muito mais visibilidade que os demais. Quando do período analisado ocorreu o Festival de Tortas, evento promovido pela Prefeitura, e os jornais noticiaram-no com bastante frequência – em especial o *DC*. Das 12 vezes em que Carambeí aparece na primeira página deste diário, sete são por conta do tema Variedades/Cultura (que abrange o assunto turismo). Aliás, o *DC* chegou a publicar dois anúncios de publicidade sobre o evento.

Considerando-se a primeira página, observa-se que ambos os jornais dão pouca visibilidade aos assuntos referentes às cidades que estão no entorno do município-polo dos Campos Gerais do Paraná, pois, de um universo de 26 municípios (excetuando-se Ponta Grossa) elencados no mapa da região⁵⁹ somente 11 – ou seja, menos da metade – são citados literalmente nas capas durante o período analisado.

Constata-se que o *Jornal da Manhã* abre mais espaço para as notícias regionais em comparação com o *Diário dos Campos*, embora o número de municípios citados no período seja o mesmo nos dois. É preciso destacar, contudo, que o *JM* publica, em média, dez chamadas por edição, enquanto no *DC* a média sobe para 17⁶⁰. A diferença no volume de chamadas de capa ocorre, principalmente, devido ao formato dos dois periódicos, uma vez que o *JM* é *berliner*, portanto, tem menos espaço por página, e o *DC* se mantém em *standard*.

Com o intuito de refinar a pesquisa e facilitar a comparação, analisou-se mais profundamente as chamadas em que os municípios da região são citados. No *DC*, os três assuntos com menção de cidades da região mais presentes, respectivamente, são: Variedades/Cultura, com nove chamadas; Violência/Segurança, com seis chamadas; e Político-Institucional e Economia, com quatro cada. No *JM*, a preferência é por assuntos que envolvam políticos detentores de mandato eletivo - cuja variável foi denominada nesta pesquisa como Pessoa do Político -, com seis chamadas. Violência/Segurança e o tema Economia aparecem empatados, com três chamadas cada (Quadro 3).

⁵⁹ Destaca-se que o mapa em questão foi elaborado para esta pesquisa com base em dados de publicações próprias dos dois diários, congregando-os com informações do IBGE e Iparides.

⁶⁰ Média de chamadas de capa feita com base em uma semana composta.

Quadro 3 - Comparativo entre DC e JM por temas na capa com citação de município da região (quantidade de chamadas) (1º/09/2017 a 31/10/2017)

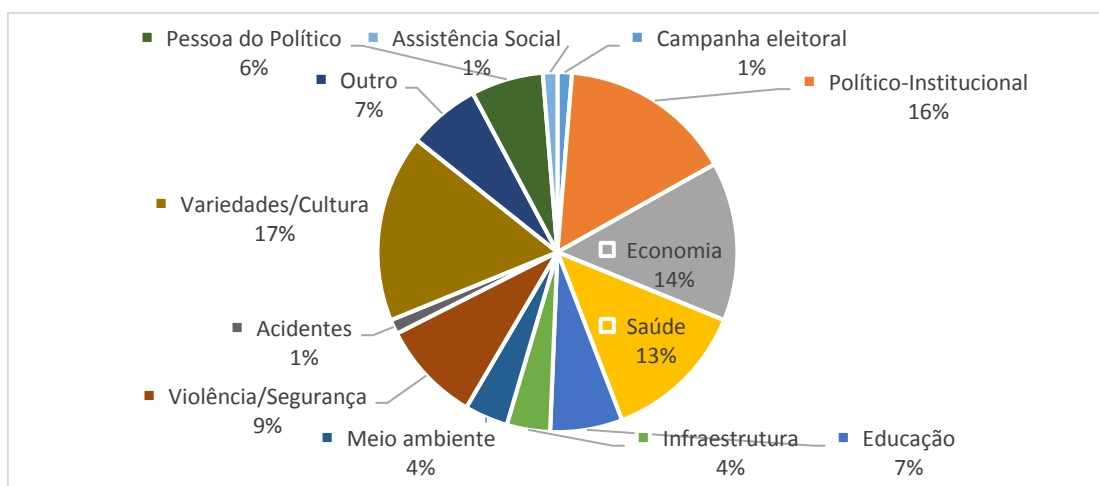
<i>Diário dos Campos</i>	<i>Jornal da Manhã</i>
Variedades/Cultura – 9	Pessoa do Político – 5
Violência/Segurança – 6	Violência/Segurança – 3
Político-Institucional – 4	Economia – 3
Economia – 4	Variedades/Cultura – 2
Pessoa do Político – 3	Acidentes – 2
Infraestrutura – 3	Saúde – 1
Saúde – 2	Esportes – 1
Meio-ambiente – 1	Político-institucional – 1
TOTAL DE CHAMADAS – 32	Outro - 1
	TOTAL DE CHAMADAS - 19

Fonte: Autora, 2018.

5.1 CULTURA E POLÍTICA PREVALECEM NAS CAPAS DO DC

Uma das hipóteses lançadas no início da pesquisa era de que os temas relativos à área de segurança, como violência e acidentes, estariam entre os mais presentes nas capas do *Diário dos Campos* no que tange às notícias da Região dos Campos Gerais. Porém, após a análise de conteúdo das capas, a hipótese não se confirmou pelo menos na primeira página. (Gráfico 5).

Gráfico 5 - Assuntos que levam o apelo regional para as capas do Diário dos Campos (1º/09/2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018

Apesar disso, a categoria Violência/Segurança é uma das responsáveis por levar os municípios a aparecer literalmente na capa. Das sete chamadas de cunho regional que tratam sobre o tema no *DC*, cinco citam os nomes das cidades. Pela pertinência dessa decisão editorial

que não se vê de forma tão acentuada nos demais assuntos, decidiu-se por apresentá-los nas figuras abaixo. (Figuras 10 a 14). No caso do tema Economia, em que há 11 chamadas regionais, apenas duas citam cidades vizinhas a Ponta Grossa. Somente o tema Esportes voltado à abrangência regional não apareceu na capa.

Figura 10 - Castro é citada na capa do Diário dos Campos por conta do tema Violência/Segurança

DIÁRIO DOS CAMPOS
Gerente de Redação: Marco Silva
Ponta Grossa, sábado a segunda-feira, 9 e 11 de setembro de 2017
Ano 111 Nº 33.170 pg. 3/00

Torcida do Operário vive expectativa pelo título inédito do brasileiro
DC publicará POSTER e Caderno Especial na terça

PG 194 ANOS

Feiras de Livros e Flores dão início à festa de aniversário

As comemorações pelo aniversário de 194 anos de Ponta Grossa começam com literatura, solidariedade e valorização do meio ambiente. As atividades estão concentradas no Parque Ambiental, onde acontecem simultaneamente a Feira do Livro, Congresso de Educação e a Expo-Flor. Com programações técnica e cultural variadas, eventos atraem famílias de todos os cantos da cidade. Entrada é gratuita. Secretaria de Educação de PG também ganha destaque ao completar 50 anos de atividades.

A formação de leitores se faz com livros de qualidade, mas também com o envolvimento dos professores e das alunas das escolas.

Find traz programação completa do evento
Educação comemora 50 anos de HISTÓRIA

Enélio David
Secretário de Educação de PG

PESQUISA | AVALIAÇÃO DE RANGEL E RICHIA MELHORA; A DE TEMER NÃO

Ensino
Audiência pública em Ponta Grossa debate garantias às universidades
Cidades: 2A

Comunidade
MUNICÍPIO voltará a ter Conselho de Contribuintes
Cidade: 2A

Novo aparelho
NOVIDADE
Cidades: 2C

Confira
quem está no Social DC
Cidades: 2C

CATRACA em: Busca Espiritual?
Cidades: 2C

Artes
Mito
Cidades: 2C

A melhor
JANELA
Cidades: 2C

Novo hotel!
tem 50% das unidades já negociadas
Economia: 4A

Anitta é a primeira confirmada para Munique
Cidades: 5A

Preço da GASOLINA pode recuar nesta semana
Economia: 6A

À venda
Prefeitura quer ARRECADAR R\$ 30 MILHÕES com a venda de 40 TERRENOS
Cidades: 6A

Castro Segurança é EXECUTADO em tiroteio
Cidades: 6A

Setembro
Acipg divulga calendário de eventos
Opinião: 2A

Negligência provoca maioria dos incêndios AMBIENTAIS
Cidades: 6A

CBN
PONTA GROSSA AM 1300

Fale com o DC
WhatsApp 42 98852-7652

agora é negócio!
QUER VENDER OU ALUGAR? TRAGA SEU IMÓVEL PARA A TAVARNAROI
42 2101 0121

COMEMORE COM a gente
DESCONTOS ATÉ 50%

tozetto

Fonte: Reprodução da primeira página da edição 33.170 do DC, 09/09/2017.

Figura 11 - Piraiá do Sul é citada na primeira página do Diário dos Campos devido a um crime

DIÁRIO DOS CAMPOS
 Gerente de Conteúdo: Marcos Silva | Ponta Grossa, terça-feira, 12 de setembro de 2017 | Ano 111 | Nº 33.171 | R\$ 2,00



CAMPEÃO NACIONAL
 Com uma campanha mais do que convincente e apoiada por uma torcida apaixonada, o Operário Paranaense conquistou o título mais importante de sua história centenária. O Famoso é Campeão da Série D e agora já projeta o futuro. Confira pôster OFICIAL do título. Cristiano Espindol

Modernização das rodovias acelera o crescimento do PR

Um dos pontos principais do modelo de concessão de rodovias do Paraná adotado no Paraná, há quase 20 anos, é justamente o que abriu caminho para o desenvolvimento econômico do Estado. Segundo dados divulgados pela Administração dos Portos de Paranaguá e Antonina, a movimentação de mercadorias no chamado Corredor de Exportação (BRs-376 e 277) aumentou 129%. Esta transformação só é possível por conta da grande transformação em curso nas rodovias paranaenses. A região dos Campos Gerais tem papel de destaque neste cenário. Confira! Especial 18

PREFEITURA DE PG PREPARA NOVO REFIS

PROJETO DE LEI CHEGOU À CÂMARA DE VEREADORES E DEVE SER VOTADO EM REGIME DE URGÊNCIA. Publico 3A

Digital
Feira traz tecnologia inovadora no campo
Economia 5A

QUEDA LIVRE
Trabalhador sofreu ferimentos graves, após sofrer queda no obra em Itaipava. Há três anos, local foi cenário do outro acidente, com gravidade.
Cidades 7A

PRF
A cada 1 hora um motorista é FLAGRAO BÉBADO
Especial 18

Vila Nova
Homem é morto e jogado em rio
Especial 18

Piraiá
Homem é assassinado com golpes de FOICE
Especial 18

Regional
Hospital esclarece DENÚNCIA feita por mãe
Cidades 6 e 7A | Geral 6A

Ponta Grossa
Agência oferta mais de 500 empregos no mês
Economia 5A

Quase 1,5 mil
empresas podem ser excluídas do Simples em PG
Economia 5A

Joesley e Saud
admitem que ÁUDIOS NÃO foram entregues
Paraná 4A

Festival
FESTIVAL traz grandes NOMES do SERTANEJO nas palcos de PG
Verbetes 4B

Expo&Flor
chega ao fim com RECORDE de PÚBLICO
Geral 5A

Feira do LIVRO
Programação segue até sexta-feira, com várias opções de atividades
Cidades 7A

Campanha ajuda a enxergar melhor
Cidades 7A

CBN
PONTA GROSSA AM 1300
11394 1927-7000

agui do negócio!
IMOBILIÁRIO
QUER VENDER OU ALUGAR? TRAGA SEU IMÓVEL PARA A TAVARNARI!
41 3064 4000

FM MUNDI 99.3
A MAIS ANIMA

tozetto
Móveis e Decoração
Algar Cerveja 1kg R\$ 6,20
Cerveja Pilsen 330ml R\$ 14,90
Cerveja Stout 330ml R\$ 9,90
Biscoito Maria 1kg R\$ 7,90
Cerveja Negra 330ml R\$ 9,90
Cerveja IPA 330ml R\$ 2,40
Cerveja Especial 330ml R\$ 9,90

EUROMAX
ARGAMASSAS E REJUNTES
(42) 3220 4669

Fale com o DC
WhatsApp

Fonte: Reprodução da primeira página da edição 33.171 do DC, 12/09/2017.

Figura 12 - Assunto policial expõe Sengés na primeira página do Diário dos Campos

FEIRA DIGITAL AGRO

REVOLUCIONA O AGRONEGÓCIO

INDUÇÃO E TECNOLOGIA NO CAMPO. VENHA DESUENDAR ESTE NOVO NEGÓCIO.

21 e 22 SETEMBRO 2017

LOCAL: PARQUE HISTÓRICO DE CAMBÉ - PR

Acesse: www.digitalagro.com.br

PARTICIPANDO:

DIÁRIO DOS CAMPOS

Gerente de Redação: Marcos Silva

Ponta Grossa, terça-feira, 19 de setembro de 2017

R\$ 1,11 | Nº 33.175 | R\$ 2,00



Tortura

Justiça decreta prisão do pai que agrediu adolescente

Cidades GA

Câmara de PG aprova parcelamento de débitos

Com algumas críticas e poucas mudanças, a Câmara de Vereadores de Ponta Grossa aprovou, em primeira votação, projeto enviado pelo Poder Executivo sobre um novo programa de parcelamento de débitos. A proposta beneficia pessoas físicas e empresas inadimplentes com o Município.



MEI precisa da declaração em dia para parcelar dívidas

Prefeitura quer criar 'Sala' para monitorar licitações

Município vai ingressar com ações contra 8 mil devedores

Política GA | Panorama GA | Economia GA



Acidente fatal alerta sobre risco de redes e balanços

Cidades GA



Seca e incêndios deixam PG em alerta

Cidades GA

GRUPO MADERO TERÁ LUCIANO HUCK COMO SÓCIO

Economia GA



IMÓVEL do clube polonês passará por restauração

Cidades GA

Alta Faturamento da agropecuária CRISCE 1,7%

Panorama GA

Corrupção Operação faz 'limpeza' em 4 prefeituras

Geral GA

Cursos PG abre mais 2.550 vagas no Pronatec

Economia GA

Brasileirão Operário exhibe troféu de CAMPEÃO na Prefeitura

Esportes BR

Corte Projeto extingue isenções sobre ISS Pública GA

Imposto Núcleo vai auxiliar sobre equívocos na restituição

Economia GA



PG solicita liberação para o Sant'ana

Panorama GA



Jovem é atropelado próximo à viaduto de PG

Cidades GA



Sengés

Polícia prende suspeito de ajudar em fuga

Cidades GA



Motorista se perde e carro cai de ponte

Cidades GA

Música 'CADILLAC Dinossauros' busca dominar palcos de SP

Música GA



Marron 5 Enviada especial do DC conta como foi o show que 'abalou Curitiba'

Música GA



PARANÁ

SERVIÇOS DE TRANSPORTES

Toda a região GA



aquí dá negócio!

INDIANÁ

QUER VENDER OU ALUGAR? TRAGA SEU IMÓVEL PARA A TAVARNARI!

(41) 3244-4334



FM MUNDI 99,3

A MAIS



tozetto

Cerveja Artesanal

Double Area (330ml)	R\$ 6,20
Pontão (330ml)	R\$ 7,20
Maquiagem (330ml)	R\$ 6,90
Super Natural (330ml)	R\$ 6,90
Maquiagem (330ml)	R\$ 6,90
Super Natural (330ml)	R\$ 6,90
Super Natural (330ml)	R\$ 6,90
Super Natural (330ml)	R\$ 6,90



EUROMAX

ARGAMASSAS E REJUNTES

(42) 3230-1660



Fale com o DC

WhatsApp

Fonte: Reprodução da primeira página da edição 33.175 do DC, 19/09/2017.

Figura 13 - Prisão leva Irati a ser citada na capa do Diário dos Campos

DIÁRIO DOS CAMPOS
 Ponta Grossa, sexta-feira, 6 de outubro de 2017. Ano 111. Nº 33.188. R\$ 2,00

Mulher capturada em PG era a MAIS PROCURADA do Brasil
 Oitavas 7A

PROCURADA
 capturada
 'Viúva Negra'

PESQUISA
Comércio se anima com consumo em alta e Dia das Crianças

Pesquisa divulgada pela Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio-PR), realizada entre os lojas do Shopping Palladium, demonstra que os consumidores estão mais otimistas com a economia nacional e devem aumentar, depois de muito tempo, o valor médio investido em presentes. Expectativas positivas deve ser comprovado pelo desempenho das vendas para o Dia das Crianças. **Economia 5A**

PESQUISA: Valor da cesta básica em Ponta Grossa tem alta de 2,7% **Economia 5A**

Retorno Concessão é o que garante socorro médico RÁPIDO E de QUALIDADE nas rodovias
 Saiba como o dinheiro da taxa do pedágio está 'salvando vidas'
 Geral 8A

Busca por ladrões de carro-forte continua
 Oitavas 5A

Civil desarticula "bando do clone"
 Oitavas 7A

Trabalhador morre atropelado na '376'
 Oitavas 5A

ROUBOS, VIOLÊNCIA E MORTES ASSUSTAM POPULAÇÃO DE PG
 Oitavas 6A

AMEAÇA
 Fogo em empresa do Distrito Industrial confunde vizinhos em risco

Irati
 Homem que atirou em festa acaba preso

Obras
 Bairros podem ficar sem água nesta sexta

Gênero "MULHERES EM AÇÃO" debate sobre equidade
 Panorama 4A

Política Sandro pede união pelos Campos Gerais
 Panorama 4A

Estimulo Paraná tem menor taxa de impostos
 Panorama 4A

DESAFORO X DESAFETO
 Variedades 1B

FIXAÇÃO do dano ao patrimônio
 Opinião 2A

PARANÁ
 aqui do negócio!
 QUER VENDER OU ALUGAR? TRAGA SEU IMÓVEL PARA A TAVARNAROI

tozetto
 Fale com o DC
 WhatsApp

399,90

Fonte: Reprodução da primeira página da edição 33.188 do DC, 06/10/2017.

Figura 14 - Tibagi é mencionada na primeira página devido a notícia sobre segurança

DIÁRIO DOS CAMPOS
 Gerente de Conteúdo: Marcos Silva | Ponta Grossa, quarta-feira, 11 de outubro de 2017 | Ano 111 | Nº 33.191 | R\$ 2,00

Prefeitura tira certidões e PG pode receber R\$ 7 mi

A Prefeitura Ponta Grossa voltou a estar apta para formalizar convênios, buscar financiamentos e firmar novas parcerias com entidades dos Governos Estadual e Federal. A administração municipal obteve a certidão negativa emitida pelo Tribunal de Contas do Estado (TCE). Documento foi liberado após apresentação de novo relatório com prestação de contas sobre previsão de receitas e gastos. **Política 3A**

53,85%
 Da receita da Prefeitura são destinadas para pagamento de pessoal

Polêmica
 Presidente da Acipg nega apoio à ditadura
Política 3A

Richa assegura unidade do Grupamento Aéreo em PG
Política 3A

ESTADO ANUNCIA RECURSOS PARA O HOSPITAL REGIONAL
 Novas ações foram divulgadas pelo governador Beto Richa, ontem, durante inauguração das novas instalações do Hospital Anna Florillo.
Crônica 3A

Justiça exige transferência de presos da cadeia de Tibagi
Cidades 7A

Safra de grãos aumentará em volume e área
Pomerânia 4A

NOTA PARANÁ JÁ PODE SER USADO NO IPVA
Economia 5A

Relatório pede recusa de denúncia contra Temer
Pomerânia 4A

GM faz surpresa e emociona CRIANÇA
Geral 5A

Extra Fluxo nas rodovias aumenta em 40%
Cidades 7A

Segurança PRF LANÇA OPERAÇÃO PARA COIBIR EXCESSOS
Cidades 7A

Ampliação B.O. Packaging inaugura SEGUNDA fábrica em PG
Economia 5A

Grupo que aterrorizou Tomazina é preso em PG
Cidades 7A

Idoso é agredido de forma COVARDE
Cidades 5A

Convívio PONTA GROSSA PREPARA FESTA COM ESPAÇO PARA INCLUSÃO
Cidades 7A

Princesa dos Campos inaugura EPC Store
Comércio 4A

Parque Feriado terá programação especial no Ambiental
Cidades 7A

Curriculo Escolas podem incluir 'cuidado com animais'
Cidades 7A

Região Foragido é baleado em confronto
Cidades 5A

Caramuru começa decisão do Paranaense
Esportes 1B

PARANÁ
 INSTITUTO PARANÁ DE FISCALIZAÇÃO
 SÍMBOLO DE PROTEÇÃO 4A

aqui da negociação!
IMÓVEIS
 QUER VENDER OU ALUGAR? TRAGA SEU IMÓVEL PARA A TAVARNAROI
 25 3444 3444

tozetto
 mais computadores
 Intel Atom Core 2,00
 Core i3 Core 5,00
 Zepha Intel Atom 12 7,00
 Dell Inspiron 3000 4,00
 Dell Inspiron 3000 4,00
 Dell Inspiron 3000 4,00
 Dell Inspiron 3000 4,00
 Dell Inspiron 3000 4,00

Fale com o **DC**
 WhatsApp

50% OFF
 Descontos em toda a linha de SHOW ROOM DE PLANEJADOS

Fonte: Reprodução da primeira página da edição 33.191 do DC, 11/10/2017.

Na tentativa, ainda que subjetiva, de definir o porquê de certos acontecimentos receberem o privilégio de estar na primeira página dos jornais, foram criadas variáveis no Livro de Códigos da análise de conteúdo para a capa denominadas Elemento Seleccionador, elaboradas com base nos critérios de noticiabilidade de Desvio e Significância (SHOEMAKER, 2014; SILVA, 2014). Foram organizadas três categorias para o Desvio (estatístico, normativo e mudança social) e quatro para Significância (política, econômica, cultural e pública). Além do

desvio e da significância, a pesquisa contou com mais uma variável, criada a partir de um estudo prévio dos dados regionais. Trata-se do elemento selecionador denominado Interesse Corporativo, no qual se encaixam chamadas que talvez não tenham importância por Desvio ou Significância, mas que, mesmo assim, ganharam espaço na capa. São assuntos, por exemplo, de interesse próprio do jornal (seja de cunho político ou econômico) ou de terceiros (como políticos com mandato eletivo).

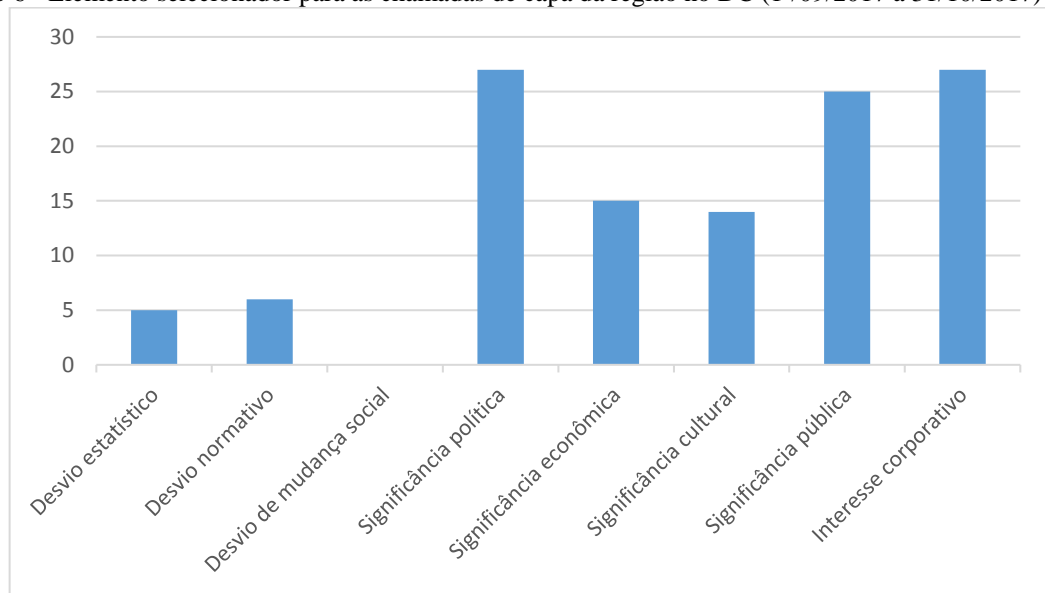
As chamadas precisariam se encaixar em pelo menos um Elemento Selecionador, mas nada impede que outros Elementos também tenham sido aplicados para o mesmo texto. Ou seja, uma manchete poderia ter sido selecionada pelo jornal pelo seu Desvio normativo, mas, ao mesmo tempo por sua Significância pública e também pelo Interesse corporativo, por exemplo. Também não há limite para a quantidade de Desvios e Significância, isto é, uma chamada poderia ter significância econômica e, paralelamente, cultural.

A ideia inicial era de que a variável Desvio seria o principal motivo para levar as cidades dos Campos Gerais às capas do *DC*. É nela que se enquadra a maior parte das notícias sobre Violência/Segurança e Acidentes, uma vez que costumam tratar de assuntos que rompem com a ordem social (desvio normativo) ou acontecimentos incomuns e insólitos (desvio estatístico).

No entanto, o Desvio (em qualquer uma das três formas categorizadas e que podem ser agrupadas numa mesma chamada) aparece como elemento selecionador em 11 ocasiões contra 81 da Significância. O Interesse Corporativo é ao menos um dos motivos que levou 27 chamadas de cunho regional para a primeira página (Gráfico 6) do *DC*.

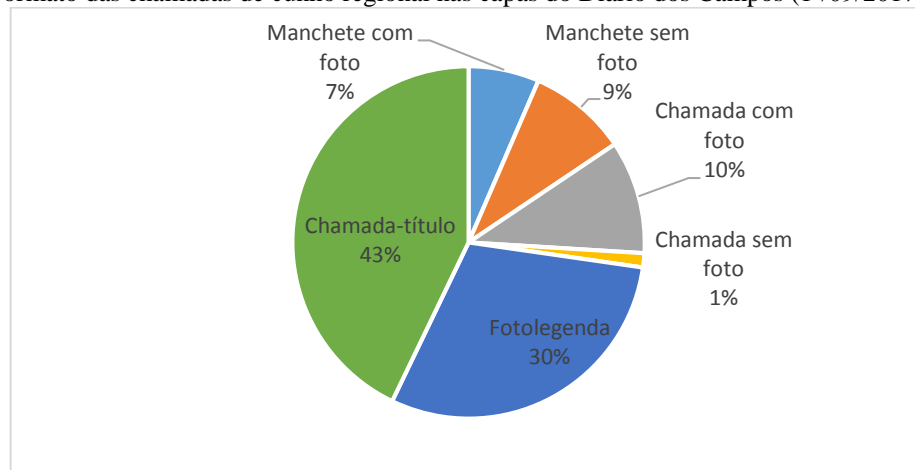
Em relação aos formatos das chamadas que tratam da região e a localização delas na página constata-se uma certa preterição do jornal, uma vez que 42,8% (33 em números) delas são chamadas-título, isto é, não recebem tanta importância quanto as demais. Por outro lado, os temas regionais foram manchete em 12 (cinco com foto e sete sem foto) das 40 edições do *DC* selecionadas para este estudo, o que equivale a 30,0% do total. (Gráfico 7).

Gráfico 6 - Elemento selecionador para as chamadas de capa da região no DC (1º/09/2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018

Gráfico 7 - Formato das chamadas de cunho regional nas capas do Diário dos Campos (1º/09/2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018

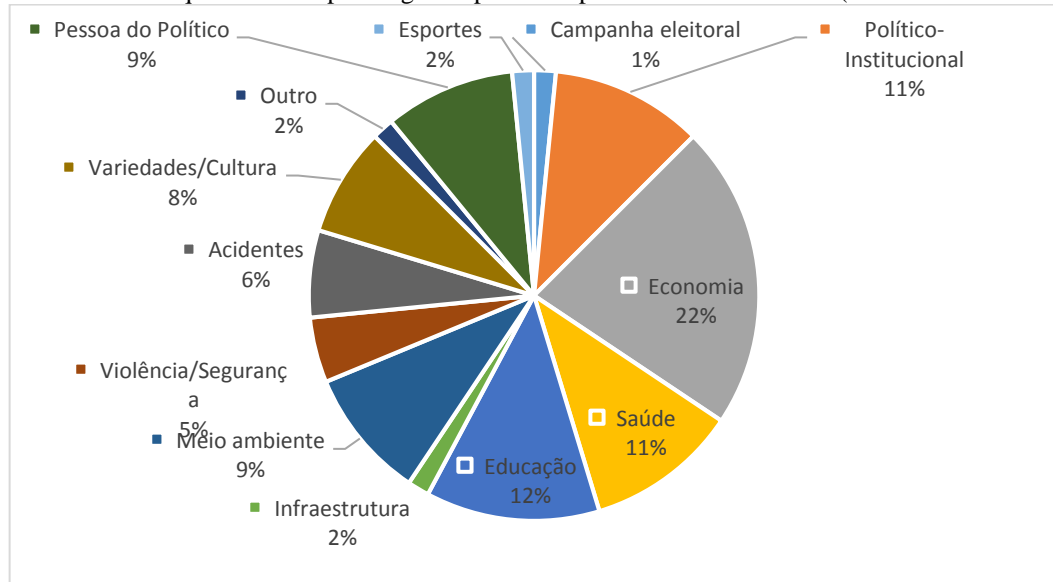
A partir desses números, pode-se concluir que, embora a região apareça relativamente pouco nas primeiras páginas do *DC* (13,0%), ela recebe algum destaque dependendo do assunto, mas quando o tema não ganha importância máxima (manchete), acaba sendo preterido e colocado em formatos menos chamativos (chamadas-títulos) e na parte inferior da primeira página. A análise aponta que 57,1% das notícias sobre a região neste veículo de comunicação estão localizadas na segunda dobra.

5.2 JM EQUILIBRA DISTRIBUIÇÃO DAS CHAMADAS REGIONAIS

Assim como no *DC*, das 14 categorias elaboradas para a variável Tema na primeira página, 13 são citadas pelo *JM*. Enquanto o *Diário dos Campos* ignora o assunto Esportes quando se trata de chamadas de âmbito regional, o outro diário não apresenta nenhuma chamada a respeito do tema Assistência Social.

As pautas de Economia são as que mais levam a região a ganhar a primeira página no *JM*. Elas representam 22% das chamadas de cunho regional analisadas. Em segundo lugar, estão as matérias de Educação, com 12% e, na terceira posição, aparecem empatados os temas Político-institucional e Saúde, com 11% (Gráfico 8).

Gráfico 8 - Assuntos que levam o apelo regional para as capas do Jornal da Manhã (1º/09/2017 a 31/10/2017)

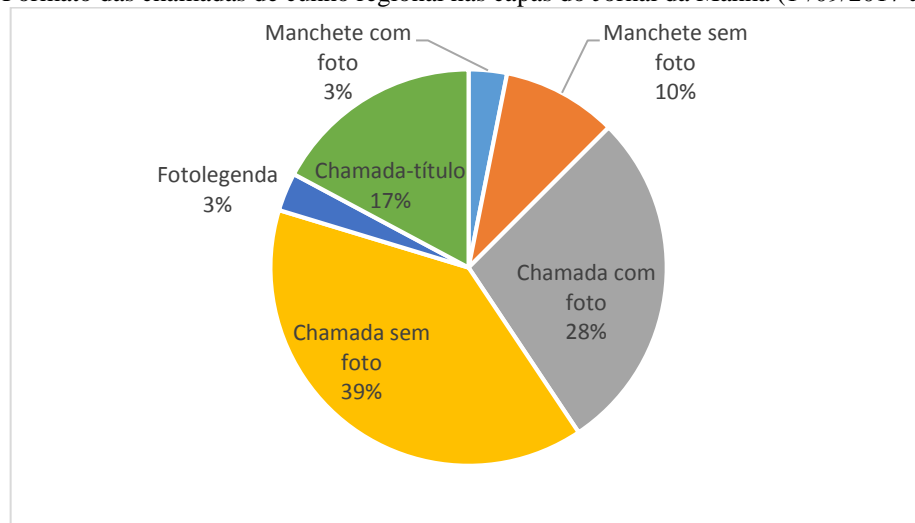


Fonte: Autora, 2018

Quanto à localização das chamadas regionais na capa do *JM* é possível constatar que não há concentração num determinado espaço, como observado no *DC*, em que mais de 57% delas estão na segunda dobra. São 33 chamadas contabilizadas na primeira dobra contra 31 na segunda.

Durante o período analisado, os assuntos regionais foram os principais das capas do *JM* em oito oportunidades (duas manchetes com foto e seis sem foto), ou seja, em 20% das 40 edições deste veículo de comunicação selecionadas para o estudo. As chamadas sem foto são o formato preferido do jornal ao colocar na capa assuntos de interesse dos Campos Gerais, com 25 das 64 chamadas regionais. (Gráfico 9).

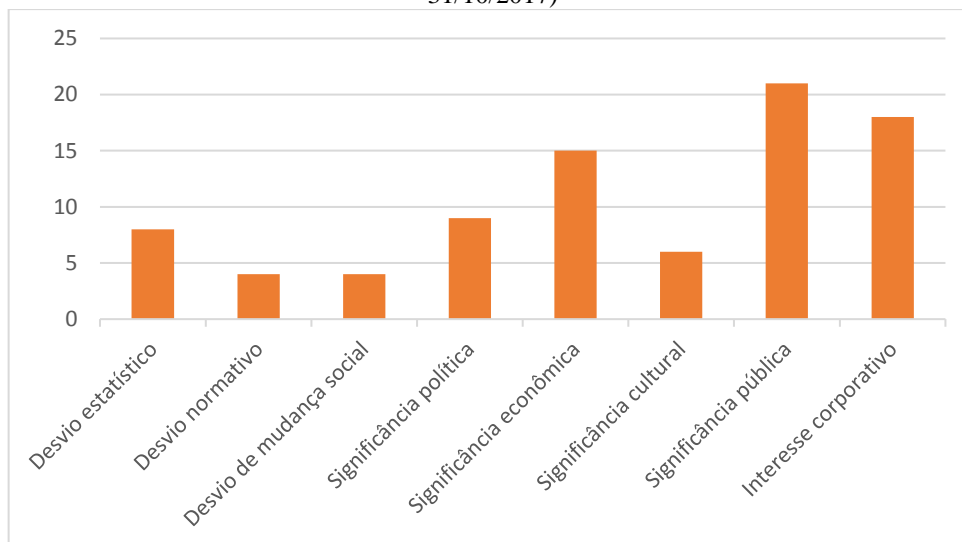
Gráfico 9 - Formato das chamadas de cunho regional nas capas do Jornal da Manhã (1º/09/2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018

No quesito Elemento Seleccionador, a Significância (qualquer uma das quatro já elencadas) é o principal motivo que coloca a região, de forma geral, nas capas do *JM*, com 51 situações. Assim como no *DC*, o Interesse Corporativo – chamadas sem, necessariamente, apelo de Desvio ou Significância – supera o Elemento Seleccionador Desvio no *JM*. (Gráfico 10).

Gráfico 10 - Elemento seccionador para as chamadas de capa da região no Jornal da Manhã (1º/09/2017 a 31/10/2017)



Fonte: Autora, 2018

É possível observar que há uma diferença no tratamento do que é considerado regional pelos dois veículos de comunicação. No sentido mais geral da abrangência, isto é, quando os assuntos podem não se referir a uma determinada cidade específica, mas abordam o interesse dos Campos Gerais, no *DC* aparecem no topo do ranking os temas Variedades/Cultura (17%),

Político-institucional (16%) e Economia (14%). Por outro lado, quando algum município da região é mencionado, o Político-institucional aparece como o terceiro tema, empatado com Economia. Em primeiro lugar mantém-se Variedades/Cultura e, na segunda posição, entra Violência/Segurança, que, como já foi visto, é o assunto que mais leva as cidades a terem seus nomes na primeira página.

No *JM*, o tema Educação é o segundo mais presente quando se trata de tema regional, com 12% das chamadas. No entanto, ao fazer menção de cidades vizinhas a Ponta Grossa, este tema não aparece e dá lugar à Pessoa do Político, que não consta das primeiras posições quando das chamadas de âmbito regional geral. Ao citar municípios, o tema mais presente é este – da Pessoa do Político –, seguido por Violência/Segurança e Economia (empatados na segunda colocação) e por Variedades/Cultura e Acidentes, que ocupam a terceira posição.

CAPÍTULO 6

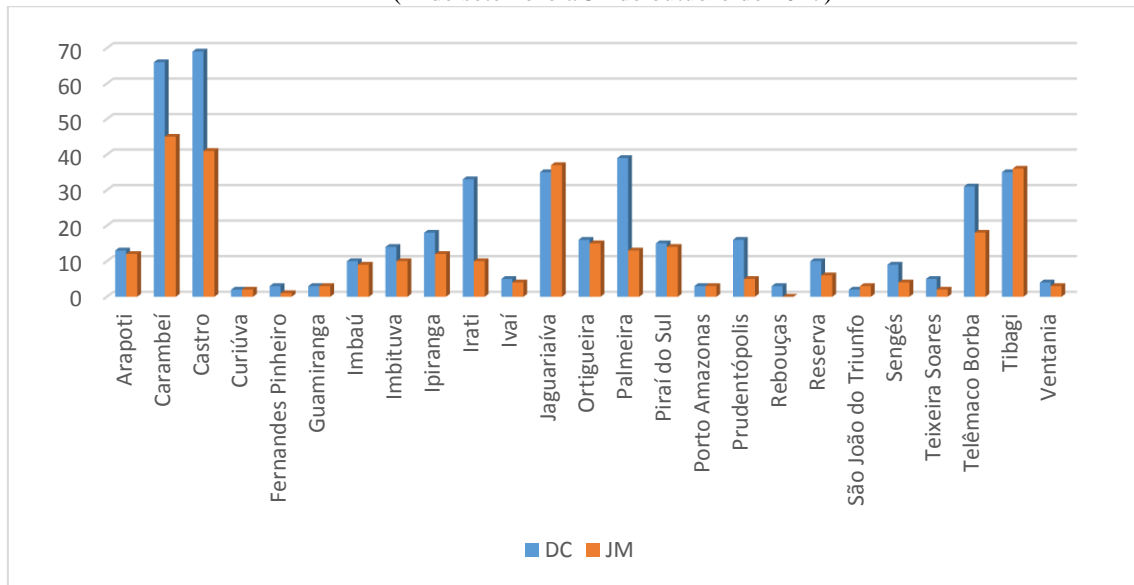
OS MUNICÍPIOS DA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS DENTRO DOS JORNAIS DE PONTA GROSSA

Ao concluir a análise do conteúdo das páginas internas do *Diário dos Campos* e do *Jornal da Manhã* é possível responder positivamente a uma das perguntas feitas no início desta pesquisa: os jornais diários de Ponta Grossa realizam cobertura noticiosa de municípios dos Campos Gerais? Dos 26 municípios elencados como integrantes da Região dos Campos Gerais (com exceção de Ponta Grossa), apenas um município não apareceu sequer uma vez em nenhum dos dois jornais entre setembro e outubro de 2017: Cândido de Abreu. Vale destacar que Cândido de Abreu é a cidade da região mais distante de Ponta Grossa; fica a 181 quilômetros do município sede dos jornais analisados. O *DC* não considera Cândido de Abreu um município da região, de acordo com a publicação *Anuário Terra de Riquezas* (2017), portanto, é justificável ele não aparecer neste periódico. O *JM*, por sua vez, coloca Cândido de Abreu como integrante dos Campos Gerais, como aponta o *Anuário Caminhos dos Campos Gerais* (2017).

Já o município de Rebouças, distante 112 quilômetros de Ponta Grossa, não foi citado nenhuma vez pelo *JM* – embora este periódico coloque o referido município em sua área de cobertura. O *DC*, por sua vez, que nem cita Rebouças em sua área de cobertura, publicou em dois meses três notícias sobre esta cidade.

Em contrapartida, 24 dos 26 municípios elencados no mapa foram citados em pelo menos uma edição em cada um dos periódicos. Podem não ter recebido chamada de capa, mas foram contemplados com conteúdo interno (Gráfico 11 e Tabela 2).

Gráfico 11 - Distribuição de notícias entre os municípios que aparecem no Diário dos Campos e Jornal da Manhã (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

Tabela 2 - Distribuição de notícias entre os municípios que aparecem no DC e JM (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)

(continua)

	<i>Diário dos Campos</i>	<i>Jornal da Manhã</i>
ARAPOTI	13	12
CARAMBEÍ	66	45
CASTRO	69	41
CURIÚVA	2	2
FERNANDES PINHEIRO	3	1
GUAMIRANGA	3	3
IMBAÚ	10	9
IMBITUVA	14	10
IPIRANGA	18	12
IRATI	33	10
IVAÍ	5	4
JAGUARIAÍVA	35	37
ORTIGUEIRA	16	15
PALMEIRA	39	13
PIRAÍ DO SUL	15	14

(conclusão)

	<i>Diário dos Campos</i>	<i>Jornal da Manhã</i>
PORTO AMAZONAS	3	3
PRUDENTÓPOLIS	16	5
REBOUÇAS	3	0
RESERVA	10	6
SÃO JOÃO DO TRIUNFO	2	3
SENGÉS	9	4
TEIXEIRA SOARES	5	2
TELÊMACO BORBA	31	18
TIBAGI	35	36
VENTANIA	4	3

Fonte: Autora, 2018

Diariamente, ambos os meios de comunicação objetos desta pesquisa publicam uma média parecida de conteúdo jornalístico informativo (textos, notas, fotolegendas, reportagens, etc.): no *DC*, a média é de 41 matérias/dia, enquanto que no *JM* a média é de 40⁶¹. Diante destes números, é possível apresentar os dados sobre a análise das páginas internas de forma comparativa – o que não aconteceu nas capas pela diferença considerável da média de chamadas de um e outro jornal.

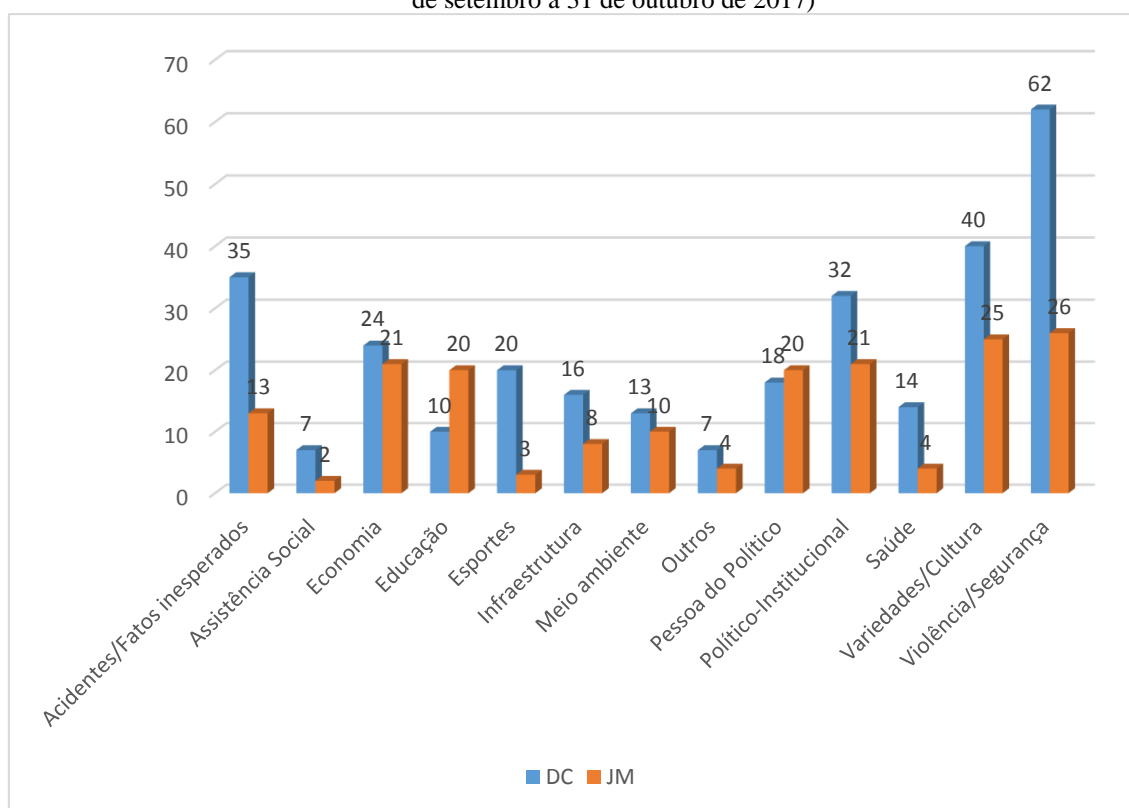
No período de dois meses (setembro e outubro de 2017), os dois periódicos publicaram 40 edições cada um. No *DC*, contabiliza-se 308 textos sobre municípios da região, uma média de 7,7 ao dia. Isso significa que o jornal reservou 18,7% do espaço para cobertura regional. No *JM*, foram publicadas 201 notícias sobre as cidades vizinhas a Ponta Grossa, o que resulta numa média diária de 5,0 notícias. Ou seja, o *JM* abriu 12,5% do seu espaço interno para acontecimentos da Região dos Campos Gerais.

No geral, os temas que mais levam as cidades a se tornar notícia em ambos os jornais são semelhantes, como mostra o Gráfico 12. Violência/Segurança é o assunto que mais dá visibilidade aos municípios vizinhos a Ponta Grossa. Dos 308 textos “regionais” publicados nas páginas internas do *DC* no período analisado, 62 (20,1%) são sobre este tema e no *JM*, das 201 notícias regionais, 26 (12,9%) tratam de Violência/Segurança. Variedades/Cultura aparece em segundo lugar, com 40 textos no *DC* (12,9%) e 25 (12,4%) no *JM*.

⁶¹ A média foi calculada analisando uma semana composta aleatória, excluindo-se artigos e editoriais.

Os demais temas diferem na distribuição entre os dois jornais. Enquanto no *DC* Acidentes/Fatos inesperados (11,3%), Político-institucional (10,3%) e Economia (7,7%) aparecem na terceira, quarta e quinta posição, respectivamente, no ranking de assuntos mais tratados, no *JM*, Economia e Político-institucional ocupam o terceiro lugar, empatados com o mesmo número de notícias (10,4%); Educação e Pessoa do Político ficam em quarto, também com quantidade idêntica de textos (9,9%), e Acidentes/Fatos inesperados (6,4%) é o quinto tema mais recorrente no *Jornal da Manhã*.

Gráfico 12 - Temas que levam as cidades da Região dos Campos Gerais às páginas internas do DC e do JM (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

Para a realização da análise das páginas internas, além dos temas e dos municípios, o Livro de Códigos aplicado considerou cerca de 20 variáveis, entre elas, o formato do texto (nota, editorial, reportagem/notícia, etc.)⁶², página, editoria, autoria, presença de foto,

⁶² Classificação de formato baseada em gênero informativo e opinativo, cuja classificação mais recente feita por Assis e Marques de Melo (2016) foi adaptada. Nesta versão original, os autores indicam quatro formatos para o gênero informativo: nota, notícia, reportagem e entrevista. Seguindo sugestão dos próprios autores, o Livro de Códigos desta dissertação foi adaptado à realidade dos jornais de Ponta Grossa, acrescentando-se aos quatro formatos já citados mais dois: fotolegenda (nota com foto) e boxe (texto de apoio a uma reportagem ou notícia e que é comumente usado na imprensa ponta-grossense). Oportuno considerar que, principalmente para esta pesquisa, a variável boxe torna-se pertinente pois, em determinadas ocasiões, a reportagem não cita nenhum município pesquisado, mas ele aparece no boxe, eventualmente até destacado no título do mesmo.

abrangência, número de fontes, tipo de fonte, origem do texto e da foto. Também foram incluídos anúncios publicitários que se referem a municípios dos Campos Gerais; por outro lado, excluiu-se da análise os textos opinativos como artigos e coluna do leitor – os únicos textos opinativos analisados foram o editorial e as colunas políticas.

Com o objetivo de refinar a pesquisa e apresentar resultados mais esclarecedores, optou-se por apresentar dados mais detalhados apenas acerca dos municípios mais citados pelos jornais. Como os dois diferem neste quesito, preferiu-se reunir os cinco principais de cada periódico e fazer uma lista com os seis mais frequentes, juntando ambos os impressos.

No *DC*, os municípios com maior volume de notícias são Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira e Tibagi, respectivamente. No *JM*, Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Tibagi e Telêmaco Borba. A seguir, são apresentados detalhes da análise de conteúdo sobre as seguintes cidades: Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Tibagi e Telêmaco Borba.

6.1 ROTA GASTRONÔMICA DESTACA MUNICÍPIO DA REGIÃO NA MÍDIA DE PONTA GROSSA

Carambeí é o município mais próximo de Ponta Grossa. Com estrada duplicada, quem mora em Ponta Grossa leva cerca de 20 minutos para chegar a esta cidade de carro. Para os jornais – cuja corrida contra o tempo é uma constante para garantir a edição do dia seguinte – a facilidade permite que os jornalistas façam este trânsito sem muita programação, como aponta a Repórter B (2018) quando questionada sobre cobertura *in loco* na região: “aí sim, se é um acidente próximo, tipo mais Carambeí”. Todos os repórteres entrevistados afirmam que viajaram pelo menos uma vez a Carambeí pelo jornal em que trabalham.

O que se observa no resultado da análise é que, apesar da proximidade, do fácil acesso e do envio de equipes dos veículos de comunicação para eventuais coberturas jornalísticas, são as assessorias de imprensa de órgãos públicos e empresas de Carambeí que ajudam a alimentar os jornais. Do total de textos publicados sobre o município no período de dois meses nos dois impressos, mais da metade são releases: 54,5% no *DC* e 57,7% no *JM*.

O tema que mais leva Carambeí a aparecer nos jornais ponta-grossenses no período analisado é Variedades/Cultura, devido ao Festival de Tortas, que aconteceria entre os dias 27 e 29 de outubro de 2017, e a agenda do Parque Histórico de Carambeí (Figuras 15, 16, 17 e 18). O Festival de Tortas – é preciso destacar – aparece também em dois anúncios da Prefeitura de Carambeí, publicados nos dias 27 e 28 de outubro no *DC*. As publicidades, de tamanho ¼ de página, entraram nas editorias Social e Find!. Durante o período de observação na Redação, foi

confirmada uma relação muito próxima entre o jornal e a Prefeitura, visto que, numa das tardes, a estagiária atendeu a uma ligação da assessoria de imprensa do Governo de Carambeí “pedindo atenção” para a matéria sobre o Festival de Tortas, ou seja, aparentemente coagindo para a publicação do release. Economia e Violência/Segurança são outros dois assuntos que favorecem a entrada de Carambeí nas páginas dos jornais.

Figura 15 - Notícia sobre o Festival de Tortas de Carambeí no Diário dos Campos

4B 3229-7713 Ponta Grossa, quarta-feira, 25 de outubro de 2017 **Variedades** **DIÁRIO DOS CAMPOS**

GASTRONOMIA Quinta edição do evento em Carambeí terá lançamento de novos sabores

Festival de Tortas espera 15 mil pessoas

de **RAFAEL KONDLATSCH**
suplementos@diariodoscampos.com.br

Entre os dias 27 e 29 de outubro Carambeí realiza a quinta edição do seu tradicional Festival de Tortas. Neste ano a novidade fica por conta de uma rota que levará os visitantes a conhecerem os tradicionais pontos de venda do prato no município. A organização espera um público de 15 mil pessoas nos três dias do evento.

A Rota das Tortas é formada por quatro pontos já existentes (Tortas Wolf, Fredericks Kofelichs, Arena Buffet e Eventos e Parque Histórico) além do Clube Social de Carambeí, local onde estarão as torteiras que ainda não possuem empresa estabelecida. Ao todo dez profissionais participam do espaço comercializando as iguarias. Além das tradicionais holandesa, banoffe e torta de nozes, para essa edição cada um dos estabelecimentos participantes fará o lançamento de um novo sabor.

Segundo a secretária de Desenvolvimento de Carambeí, Aline Teixeira Valer de Macedo, os visitantes terão um receptivo montado na entrada da cidade que fornecerá todas as informações de como chegar aos locais. As tortas serão vendidas a partir de R\$ 12 o pedaço e poderão ser compradas com cartões de crédito e débito.

A abertura do evento está marcada para as 16 horas da sexta (27) e segue até às 20 horas. No sábado e no domingo o Festival acontece das 10 às 20 horas. Além das tortas haverá a venda de hambúrgueres, cerveja e chope artesanal e importado, além de outras atrações. Confira abaixo a programação completa para os três dias.



PROGRAMAÇÃO FESTIVAL DE TORTAS DE CARAMBEÍ

Tortas Wolf 15h-18h Som em todos os ambientes 12h às 20h30 - FoodTruck 14h às 18h - Pintura Facial para crianças Som em todos os ambientes 12h às 20h30 - Food Truck Café Bar 14h às 18h - Pintura Facial para crianças 16h às 18h - Som ao vivo com Gean Amaral	Arena Buffet 15h-20h Apresentações musicais ao vivo Chope artesanal Foodtruck de gastronomia indonésia Espaço kids Café artesanal Peleto Mescano 17h às 20h30 - Ecopressos - Sempar 19h às 20h - Passos de pólen Espaço Kids com Parque Infrável 17h às 20h - Ecopressos - Sempar 19h às 20h - Passos de pólen 14h às 17h - Giancarlo do Amaral 17h às 19h - Bandofielha 11h às 13h - The Johannes 13h às 15h - Alvaro Bueno 16h às 19h - Fernando e Cristiano - palco externo Exposição e venda de artesanato	Clube Social de Carambeí 15h-18h Exposição e venda de artesanato Espaço Kids com Parque Infrável 16h às 20h - Passos de pólen 14h às 14h30 - Grupo Thaise e Cia Dancing Street - palco externo 14h às 17h - Gean 17h às 19h - The Shantel Black Exposição e venda de artesanato Espaço kids com Parque Infrável 17h às 20h - Ecopressos - Sempar 19h às 20h - Passos de pólen 14h às 17h - Giancarlo do Amaral 17h às 19h - Bandofielha 11h às 13h - The Johannes 13h às 15h - Alvaro Bueno 16h às 19h - Fernando e Cristiano - palco externo Exposição e venda de artesanato	Parque Histórico de Carambeí 15h-18h Espaço Kids com Parque Infrável 17h às 20h - Ecopressos - Sempar 11h às 13h - Banda Musical The Johns 13h às 15h - Grupo Musical Real Vivavoz com Alvaro Bueno Filho 16h às 19h - Fernando e Cristiano 19h - Fubinha 16h - Visitação gratuita nas áreas do Parque Histórico de Carambeí 18h - Dia da panqueca 18h às 20h - Som ao vivo 20h - Encerramento 19h - Fubinha Visitação gratuita 12h às 14h30 - Almoço típico holandês e indonésio 14h às 18h - Museu Interativo no Parque Histórico de Carambeí (apenas no dia 28) 17h às 19h30 - Som ao Vivo
---	---	--	---

Fonte: Reprodução da página 4B da edição 33.200 do DC, 25/10/2017.

Figura 16 - Notícia sobre o Festival de Tortas de Carambeí no Jornal da Manhã

jornaldamanha | MADE SEMANA, DIA 23/10/2017 | URBEL 17



FESTIVAL DE FOMENTO AO TURISMO E ECONOMIA

Carambeí exalta a gastronomia local com 'Rota das Tortas'

Município sedia festival gastronômico entre os dias 27 e 29 de outubro. Objetivo é fomentar a comercialização de tortas produzidas na cidade.

DE EDUCAÇÃO
A Prefeitura de Carambeí promove o Festival de Tortas, um evento gastronômico que acontece entre os dias 27 e 29 de outubro. O objetivo é fomentar a comercialização de tortas produzidas na cidade e promover o turismo e a economia local.

HOLANDA E INDONÉSIA
Parque oferecerá pratos típicos
O Parque Histórico de Carambeí oferece pratos típicos de Holanda e Indonésia para os visitantes. O parque também oferece atividades para as crianças, como o Espaço Kids.















Fonte: Reprodução da página 17 da edição 19.918 do JM, 21 a 23/10/2017.

Figura 17 - Anúncio publicitário do Festival de Tortas de Caramelê no Diário dos Campos

Fonte: Reprodução da página 4C da edição 33.202 do DC, 27/10/2017.

Figura 18 - Notícia sobre o Parque Histórico de Carambeí no Jornal da Manhã

10 MIX | DIA 04 OUT 2017 | jornaldamanha

CALENDRÁRIO >>> FA-LENTO VEM SE DESFAZENDO A CADA EDIÇÃO

Parque Histórico já prepara programação para o Natal

A temática deste ano será a Família. Há a definição a partir do espetáculo que encena o nascimento de Jesus

Assim como Parque Histórico de Carambeí, o Natal em São Paulo também terá um espetáculo. O espetáculo "Masha e o Urso" será apresentado no Parque Histórico de Carambeí, em Carambeí, no Paraná, em 22 e 23 de dezembro. O espetáculo encena o nascimento de Jesus.

Assim como Parque Histórico de Carambeí, o Natal em São Paulo também terá um espetáculo. O espetáculo "Masha e o Urso" será apresentado no Parque Histórico de Carambeí, em Carambeí, no Paraná, em 22 e 23 de dezembro. O espetáculo encena o nascimento de Jesus.

Assim como Parque Histórico de Carambeí, o Natal em São Paulo também terá um espetáculo. O espetáculo "Masha e o Urso" será apresentado no Parque Histórico de Carambeí, em Carambeí, no Paraná, em 22 e 23 de dezembro. O espetáculo encena o nascimento de Jesus.

Fonte: Reprodução da página 10 da edição 19.906 do JM, 04/10/2017.

Quanto ao formato dos textos, os dois jornais se assemelham na distribuição. A maioria é reportagem/matéria, seguida por notas. Há também considerável volume de fotos nas notícias sobre Carambeí. Em relação às fontes, há uma predileção pelas oficiais, ou seja, aquelas que representam instituições e o *status quo*.

Todavia, boa parte das notícias não cita qualquer fonte. No *DC*, 29 textos sobre o município não citam fonte e apenas cinco apresentam três ou mais fontes. No *JM*, a maioria das matérias conta com uma fonte (22 textos do total), mas 18 notícias também não citam a origem das informações; somente dois textos trazem três ou mais fontes.

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, credíveis ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia. (SCHMITZ, 2011, p. 9)

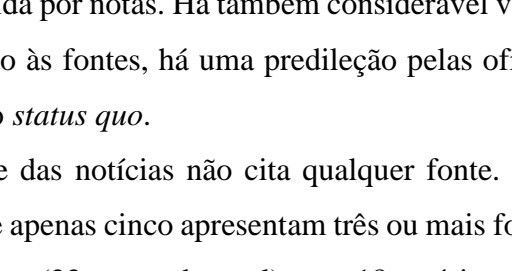
No *Diário dos Campos*, entre setembro e outubro de 2017, Carambeí foi citada em 66 textos, sendo que em 48 não dividiu espaço com outros municípios. Além dos dois anúncios sobre o Festival de Tortas, o *DC* publicou no período mais quatro anúncios relativos a Carambeí – todos da Cooperativa Frísia, divulgando a Feira Digital Agro (também tema de algumas das



Preparação para o espetáculo encenado entre os dias 22 e 23 de dezembro no Parque Histórico de Carambeí.



Evento promovido pela Cooperativa Frísia em Carambeí, Paraná, no dia 08 de outubro de 2017.



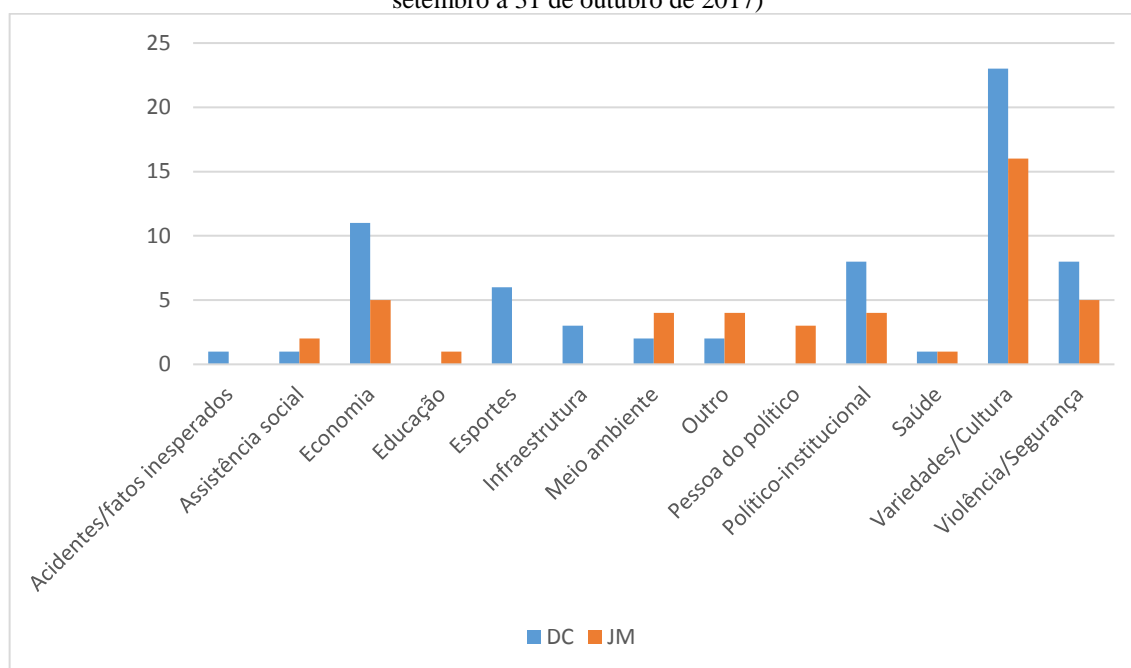
Evento promovido pela Cooperativa Frísia em Carambeí, Paraná, no dia 08 de outubro de 2017.

matérias publicadas em Economia e Agribusiness). Um dos anúncios é uma “testeira”⁶³ na capa, publicado no dia 22 de setembro de 2017; os outros três são anúncios de meia página divulgados nas editorias Agribusiness, Social e Esportes, nos dias 15, 19 e 20 de setembro. A editoria que mais privilegia Carambeí é Variedades, onde foram publicados 14 textos, sendo 12 deles com foto.

O *Jornal da Manhã*, no período analisado, publicou 45 textos sobre Carambeí, sendo 30 deles específicos sobre a cidade. Assim como no *DC*, a Cooperativa Frísia também publicou anúncios publicitários sobre a Feira Digital Agro, evento que aconteceu entre os dias 21 e 22 de setembro de 2017. Os quatro anúncios de página inteira foram divulgados nas edições dos dias 15, 19, 20 e 21 de setembro de 2017. A editoria que mais abre espaço para Carambeí no *JM* é Cotidiano, página na qual foram publicadas 15 notícias – sete delas com foto.

Os próximos dois gráficos resumem a cobertura noticiosa sobre Carambeí nos dois jornais diários ponta-grossenses. (Gráfico 13).

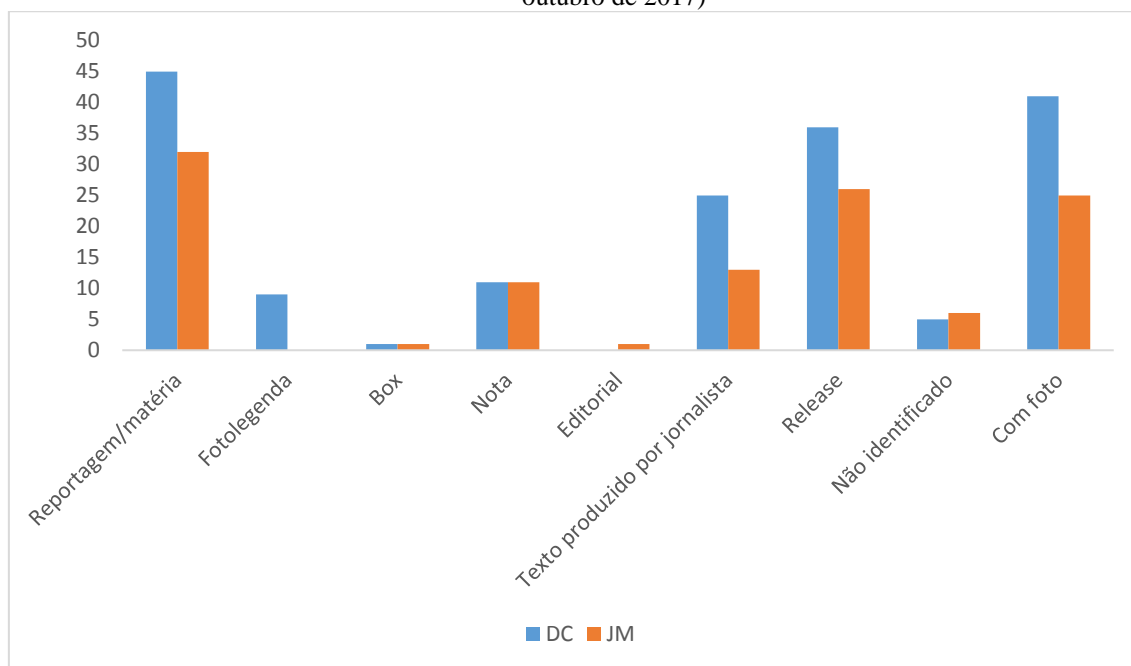
Gráfico 13 - Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Carambeí (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

⁶³ Testeira é como é chamado o anúncio publicitário que fica acima do nome do jornal, no caso da capa, ou acima da matéria que abre a página, no caso das páginas internas, ocupando todas as colunas.

Gráfico 14 - Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Carambeí (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte:

Autora, 2018

6.2 CASTRO RENDE ANÚNCIOS E DIVERSIDADE DE TEMAS PARA OS JORNAIS

Castro, que fica a 43 quilômetros de Ponta Grossa, é o segundo município “privilegiado” na cobertura noticiosa do *Diário dos Campos* e do *Jornal da Manhã*. No *DC*, durante os dois meses analisados, foram publicados 69 textos relativos a este município, sendo 47 apenas sobre ele. No *JM*, o volume chegou a 41, sendo 24 somente sobre Castro.

O município também rende anúncios publicitários para ambos os jornais. Nos dois meses verificados para esta pesquisa, o *JM* publicou 19 anúncios – 15 deles de uma empresa privada (São José Distribuidora de Óleo Diesel) e quatro da Prefeitura de Castro (Figura 19 e 20).

O formato da propaganda publicitária da empresa é sempre “testeira” e sem editoria fixa (aparece em Dinheiro, Cotidiano, Bola e Mix). Os anúncios da Prefeitura foram publicados em meia página inferior e tratavam sobre a readequação do Hospital Municipal Anna Fiorillo Menarim, cuja obra recebeu recursos municipais e estaduais e foi inaugurada no período da coleta de dados para a presente pesquisa. As propagandas da Prefeitura aparecem duas vezes em Cotidiano e duas em Dinheiro, nos dias 10, 20, 24 e 31 de outubro de 2017.

Figura 21- Anúncio publicitário da Prefeitura de Castro no Diário dos Campos

8A 0101 3234-7118
Ponto Diário, terça-feira, 10 de outubro de 2017

Geral **DIÁRIO DOS CAMPOS**

TRANSPORTES | Nova metodologia da Petrobras faz valores dos combustíveis mudarem quase que diariamente

Preços da Petrobras afetam empresas e consumidores de PG

RODOLPHO BOWENS
Colunista

O preço dos combustíveis diminuiu drasticamente em julho e agosto. São veículos autônomos e grandes consumidores que afetam a vida dos cidadãos locais. Uma ótima notícia para empresas e consumidores.

Para as empresas de transportes, que fazem uso de combustíveis em grande escala, o que afeta diretamente sua gestão com frete, por exemplo. Logo, os custos também são repassados para os consumidores finais.

Mas por que o preço de gasolina, diesel, entre outros combustíveis, vem sofrendo variações quase que diárias?

NOVA POLÍTICA DA PETROBRAS
O novo modelo de ajuste nos preços se dá de forma pública e diária, pela Petrobras no índice de julho. Isso altera, quase que diariamente, bastante manter a competitividade frente às variações no mercado internacional, no caso, os combustíveis seguem o preço de valor internacional. O ajuste também serve para reduzir o impacto no preço final, no caso de variações de preços, no caso de variações de preços.

VALOR MÉDIO DOS COMBUSTÍVEIS
Com custos variáveis, os preços dos combustíveis vêm passando no índice de julho. Isso altera, quase que diariamente, bastante manter a competitividade frente às variações no mercado internacional, no caso, os combustíveis seguem o preço de valor internacional. O ajuste também serve para reduzir o impacto no preço final, no caso de variações de preços, no caso de variações de preços.

NOVAS VARIAÇÕES
No dia 10 de outubro, a Petrobras apresentou uma nova metodologia para ajustar os preços dos combustíveis. O preço de ajuste será um aumento de 1,0% enquanto a gasolina subiu 1,0% no reajuste. Isso é o índice de ajuste metodológico da Petrobras, o índice já apresentou uma variação de 11,0% no ano inteiro. Já a gasolina aumentou 11,0%.

TRANSPORTADORAS
Para as empresas de transportes, que fazem uso de combustíveis em grande escala, o que afeta diretamente sua gestão com frete, por exemplo. Logo, os custos também são repassados para os consumidores finais.

TRANSPORTADORAS
Para as empresas de transportes, que fazem uso de combustíveis em grande escala, o que afeta diretamente sua gestão com frete, por exemplo. Logo, os custos também são repassados para os consumidores finais.

POSTOS DE GASOLINA
No dia 10 de outubro, a Petrobras apresentou uma nova metodologia para ajustar os preços dos combustíveis. O preço de ajuste será um aumento de 1,0% enquanto a gasolina subiu 1,0% no reajuste. Isso é o índice de ajuste metodológico da Petrobras, o índice já apresentou uma variação de 11,0% no ano inteiro. Já a gasolina aumentou 11,0%.

tim.com.br

TIM
Evoluir é fazer diferente

A Megalan fortalece a parceria da TIM com o Diário dos Campos.

Megalan
Acordo General Carlos Covelcasti, 1720

READEQUAÇÃO DO HOSPITAL ANNA FIORILLO MENARIM. E ASSIM QUE CASTRO INAUGURA UM NOVO TEMPO NA SAÚDE.

Um novo tempo para a saúde de Castro. A readequação do Hospital Anna Fiorillo Menarim, com a inauguração de um novo tempo na saúde. O projeto foi financiado pelo município e pela Prefeitura de Castro. A obra foi concluída em tempo hábil e com qualidade. O novo hospital oferece melhores condições de atendimento aos pacientes e profissionais de saúde. A inauguração será realizada em breve e contará com a presença de autoridades locais e nacionais.

Castro
Secretaria de Saúde

Fonte: Reprodução da página 8A da edição 33.190 do DC, 10/10/2017

O DC também publicou anúncios sobre a readequação do Hospital de Castro nos dias 10 e 17 de outubro (Figura 21). São mensagens publicitárias de um quarto de página. A empresa de calcário Calpar publicou duas propagandas no DC, num espaço de um quarto de página, nos dias 2 e 15 de setembro (Figura 22). Ambos aparecem no Caderno Agribusiness.

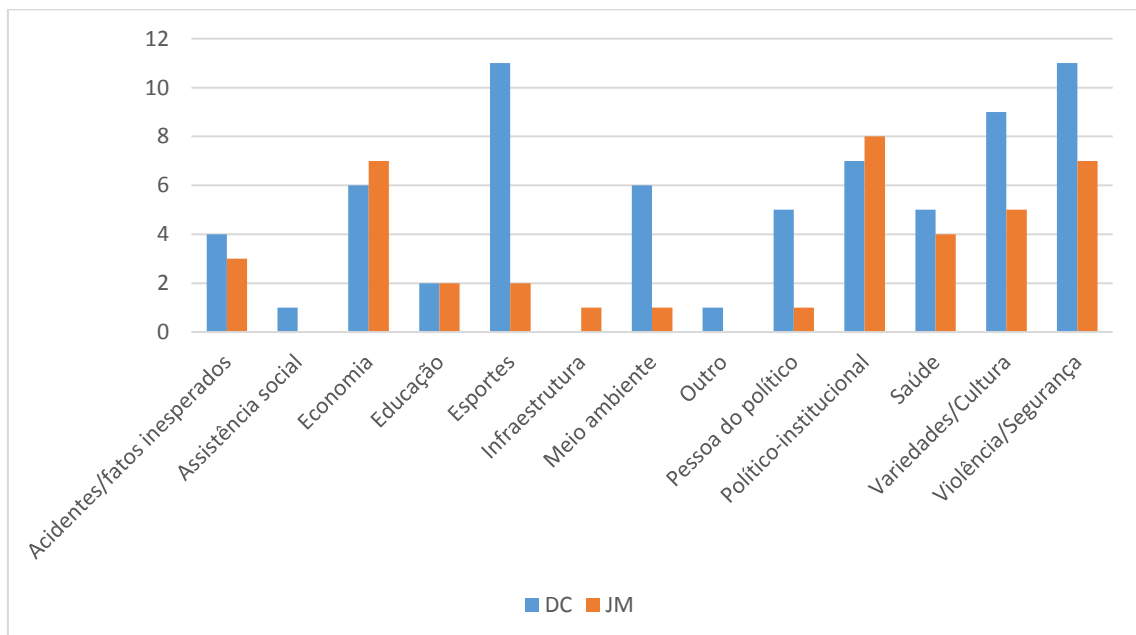
Em relação aos temas que levam Castro a se tornar notícia, há uma distinção considerável entre os dois jornais. No DC os assuntos que mais chamam a atenção dos jornalistas no período são Violência/Segurança e Esportes – ambos despontam com 11 textos sobre cada um dos temas publicados em dois meses. Mais de 30% das matérias divulgadas sobre o município são sobre esses dois assuntos. Em seguida, vêm os textos sobre Variedades/Cultura (13,0%) e Político-institucional (10,1%). No JM, o tema principal é Político-institucional, que soma oito textos (19,5%), seguido por Economia e Violência/Segurança, empatados com sete textos cada (17,2%) (Gráfico 15).

Figura 22 - Anúncio publicitário da Calpar, de Castro, no Diário dos Campos

The image shows a newspaper page from 'Diário dos Campos' with the headline 'Calor excessivo traz risco à cultura do trigo'. The article discusses the impact of high temperatures on wheat yields. Below the article is a large advertisement for Calpar, featuring the slogan 'Quando você usa Calpar, suas sementes explodem em uma grande produção.' and 'Calpar é PLUS na hora de colher.' The ad includes an image of a modern building and a list of topics related to Digital Agriculture: 'Frisia Robótica, Sensoriamento e Gestão são temas da Digital Agro'.

Fonte: Reprodução da página 4B da edição 33.166 do DC, 02/09/2017

Gráfico 15 - Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Castro (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

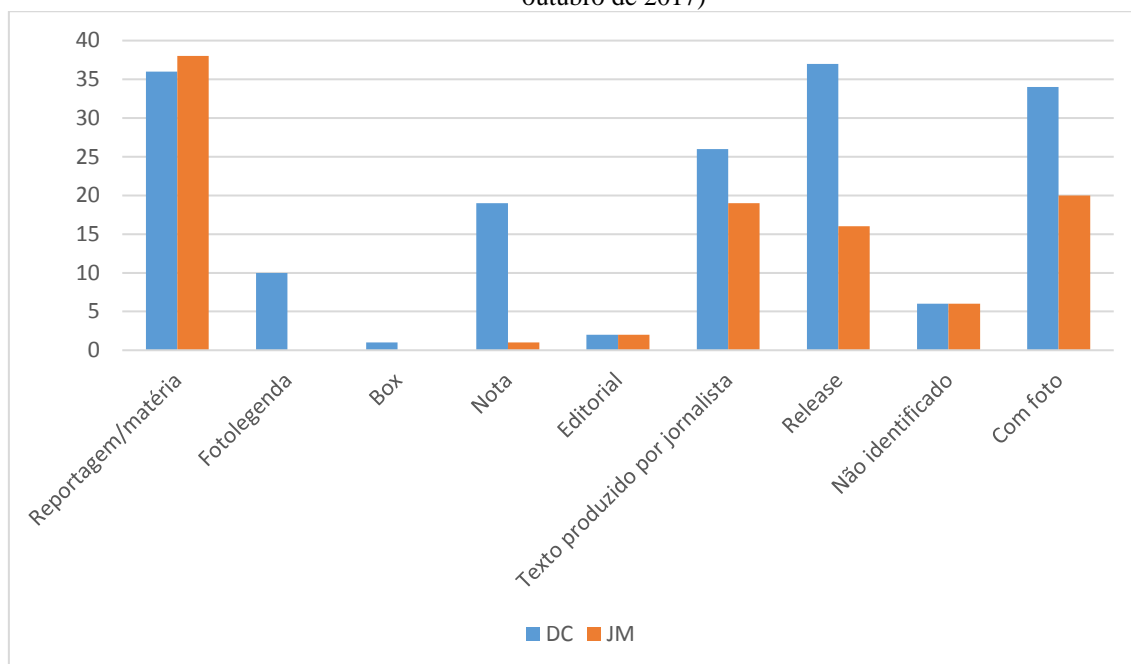
A presença significativa de textos sobre Esportes tem relação com a mudança do time de vôlei “Caramuru” de Castro para Ponta Grossa – fato que aconteceu em setembro de 2017, período da coleta do material para a pesquisa. Porém, o tema Esportes aparece em apenas duas ocasiões no *JM*. Isso se deve, segundo a análise realizada sobre o material coletado, devido ao fato deste periódico não ter repórter designado para cobrir a editoria sobre esportes, que leva o nome de Bola. Por conta disso, a editoria é “abolida” em vários dias da semana, ao contrário do *DC*, que publica diariamente a página de Esportes e mantém um repórter fixo para cobrir estes assuntos.

Outra comparação pertinente entre os dois jornais quanto à presença de Castro nas páginas internas é sobre a origem dos textos. Embora o *JM* tenha publicado menos notícias sobre o município em comparação com o *DC*, proporcionalmente produziu mais conteúdo, ou seja, usufruiu-se menos de *releases* que seu concorrente. Dos 41 textos noticiados sobre Castro no *JM*, 19 (46,3%) foram efetivamente escritos por jornalistas da redação contra 16 *releases* (39,0%). Para outros seis textos não foi possível confirmar a origem. Em contrapartida, do total de notícias divulgadas sobre Castro no *DC*, 53,6% são *releases* e 37,6%, textos de jornalistas. Ainda assim, em números absolutos, os jornalistas do *DC* produziram mais notícias sobre Castro: 26 textos com autoria da redação contra 37 *releases*. Já a divisão de fotos, proporcionalmente, manteve-se estável na comparação entre os dois jornais.

Ambos os periódicos optam por publicar matérias sobre Castro pouco plurais no quesito fonte. No *JM*, a maioria das matérias (18) não cita qualquer tipo de fonte. Outras 17 têm apenas uma fonte e somente dois textos especificam três ou mais fontes. No *DC*, a maior parte dos textos conta com uma fonte de informação (34 matérias) e 27 não citam nenhuma fonte. Somente três matérias citam três ou mais fontes.

Por ser um jornal no formato *berliner*, observa-se que o *JM* publica mais textos em forma de reportagem/matéria que seu concorrente. O *JM* adotou apenas três formatos de textos para publicar notícias sobre Castro: 38 reportagens/matérias, dois editoriais e uma nota. Já o *DC* adota formatos variados e sobre o mesmo município divulgou 36 reportagens/matérias, 19 notas, 10 fotolegendas, dois editoriais, uma entrevista pingue-pongue e um boxe. (Gráfico 16).

Gráfico 16- Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Castro (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

A editoria que abriga o maior número de notícias sobre Castro no *DC* é Cidades, com 24 textos (sendo 19 produzidos pelos próprios jornalistas da editoria). Nestas páginas publica-se sobre o município textos com temas variados: Político-institucional, Economia, Saúde, Infraestrutura, Violência/Segurança, Acidentes/Fatos inesperados e Meio Ambiente. No *JM*, a editoria em que mais aparece Castro é Cotidiano (que é equivalente à Cidades do concorrente). No período analisado, a referida seção publicou 17 notícias sobre a cidade, com assuntos também diversos: Educação, Variedades/Cultura, Saúde, Violência/Segurança, Acidentes/Fatos inesperados e Meio Ambiente.

Após esta análise, contata-se que os dois jornais ponta-grossenses abrem espaço para os mais variados acontecimentos de Castro, prestigiando, de certa forma, o município. Quem muito ajuda a alimentar os jornais são as assessorias de comunicação das empresas instaladas na cidade e também do poder público (prefeitura e câmara de vereadores). Por outro lado, as notícias sobre Violência/Segurança costumam ser escritas pelos próprios jornalistas, baseados em relatórios da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros.

Castro é uma das cidades na qual os jornalistas fazem cobertura *in loco*, eventualmente. No dia da entrevista realizada com o Editor B e o Repórter D, uma equipe do jornal, formada por repórter e fotógrafo, viajariam ao município à tarde para acompanhar a assinatura de um contrato entre a Prefeitura e a Caixa Econômica Federal. Além desse tipo de agenda noticiosa, pautas econômicas também geram deslocamento de jornalistas a Castro, pelo

menos uma vez ao ano, quando acontece o Agroleite, um evento reconhecido internacionalmente e promovido pela Cooperativa Castrolanda. A Repórter A (2018) resume como Castro importa para os jornais:

No caso Castro, é pela própria relevância, assim, do município em relação a investimentos que teve recentemente. É uma cidade que a parte agrícola e industrial está em ascensão, então sempre acaba tendo alguma coisa nova pra [sic] gente retratar. E muitas das vezes por conta da dificuldade em estar em todos esses municípios, o que contribui muito para a inserção de material no jornal, seja no site, no jornal impresso, é o próprio trabalho das assessorias. Eu vejo, assim, que as cidades, câmaras, municípios que têm assessorias, que tem um trabalho mais efetivo de mandar material, acaba saindo mais conteúdo dessas cidades. (REPÓRTER A, 2018).

O Repórter E (2018) destaca ainda a questão financeira para que o jornal se interesse em publicar notícias sobre Castro – algo que pôde ser vislumbrado com a presença dos anúncios publicitários. Dos municípios vizinhos a Ponta Grossa, somente empresas e/ou órgãos públicos de Castro e Carambeí publicaram propagandas nos jornais durante o período analisado. Apesar disso, não necessariamente os anúncios estão ligados às matérias publicadas na mesma edição e eles aparecem “aleatoriamente”. Aliás, no período analisado, não foi publicado qualquer texto jornalístico sobre as empresas privadas de Castro que fizeram anúncios. Todavia, a readequação do Hospital Municipal – divulgado também em forma de publicidade - foi tema de cobertura jornalística em mais de uma edição em ambos os jornais.

6.3 JORNALISTAS “CORREM ATRÁS” PARA TRAZER NOTÍCIAS SOBRE JAGUARIAÍVA

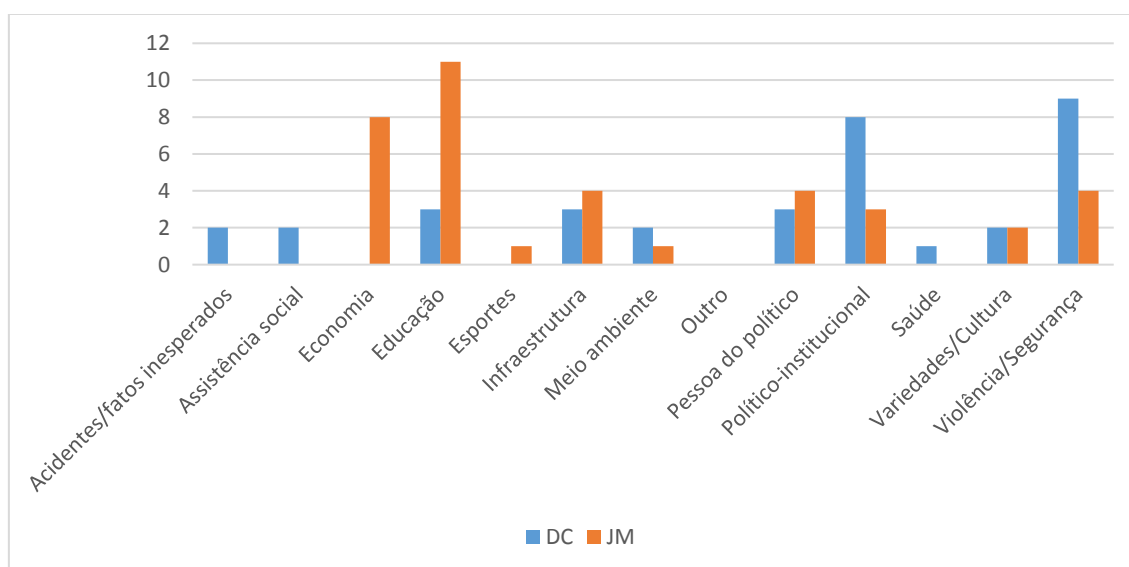
Jaguariaíva está entre as cinco cidades da região dos Campos Gerais no rol das que mais têm espaço na imprensa diária ponta-grossense. Ao contrário de Carambeí e Castro que, em números absolutos, apareceram mais no *DC*, quem dá mais visibilidade a Jaguariaíva é o *JM*: são 38 textos (sendo 24 somente sobre a cidade) neste contra 35 (16 apenas acerca do município) naquele, publicados nas páginas internas entre setembro e outubro de 2017. No *JM*, Jaguariaíva ocupa a terceira posição entre os municípios com maior número de textos, enquanto que no *DC* fica em quarto – atrás de Palmeira, Castro e Carambeí.

Localizada a 118 quilômetros de Ponta Grossa, é de Jaguariaíva o presidente da Associação dos Municípios dos Campos Gerais (AMCG) – principal entidade política representativa da região - no período da pesquisa. Constata-se que esse fator é um dos principais motivos que leva a cidade a ganhar espaço nas páginas internas dos jornais, mas não só.

No *JM*, o tema Educação aparece à frente do Político-institucional e Pessoa do Político – que teriam relação com o prefeito de Jaguariaíva e presidente da AMCG, Juca Sloboda

(DEM). De setembro a outubro de 2017, o *Jornal da Manhã* publicou 11 textos sobre Educação, o equivalente a 28,9% do total. Político-institucional e Pessoa do Político são assuntos de três (7,8%) e quatro (10,5%) notícias, respectivamente. Depois de Educação, o tema que mais leva a cidade a se tornar notícia é Economia, com oito textos (21,0%). Aparecem empatados com Pessoa do Político os temas Infraestrutura e Violência/Segurança. (Gráfico 17).

Gráfico 17 - Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Jaguariaíva (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018.

A visibilidade de Jaguariaíva por meio do tema Educação no *Jornal da Manhã* tem explicação: o projeto *Vamos Ler*⁶⁴, que em 2017 completou dez anos. O projeto tem o objetivo de inserir o jornal na educação e, por isso, o *Jornal da Manhã* firma parcerias com as Prefeituras para disponibilizar o periódico – na versão impressa ou on-line - uma vez por semana a alunos do 5º ano do ensino fundamental da rede municipal. Escolas privadas também podem participar do projeto. Em 2017, além de Jaguariaíva e Ponta Grossa, o *Vamos Ler* também foi desenvolvido em parceria com as prefeituras de Imbituva, Tibagi e Carambeí. Ao todo, naquele ano, foram atendidos mais de 1,5 mil estudantes nesses municípios⁶⁵.

Todas as quartas-feiras, uma página do impresso é dedicada ao *Vamos Ler* e nela são dispostas notícias sobre as atividades dos alunos em sala de aula com o jornal. A pesquisa constata que as escolas de Jaguariaíva estão entre as que mais “alimentam” a página semanal do projeto. De 13 textos sobre municípios da região publicados no *Vamos Ler* durante o período

⁶⁴ Projeto semelhante é desenvolvido pelo *Diário dos Campos* desde 2001, sob o nome de *Cidadão do Futuro*. Porém, em 2017, ele ficou restrito a Ponta Grossa e, por isso, não aparece na presente pesquisa.

⁶⁵ Informações disponíveis em <http://m.jornaldamanha.info/cotidiano/148250/vamos-ler-inicia-atividades-com-proposta-inovadora-para-este-ano>. Acesso em 03 jan.2019.

analisado, dez são de Jaguariáiva. De oito edições de quartas-feiras verificadas para a pesquisa, em seis a página do *Vamos Ler* se dedicou aos temas da referida cidade.

Todos os textos publicados na editoria sobre Jaguariáiva são em formato matéria/reportagem e produzidos pelo jornalista responsável pelo projeto; oito contam com fotos supostamente enviadas pelas próprias escolas. As fontes consultadas para a elaboração dessas notícias são professores e/ou pedagogos das escolas, cuja ação em sala de aula recebeu o espaço no jornal, como mostra o exemplo na Figura 23.

Figura 23 - Notícias sobre ações do projeto Vamos Ler em Jaguariáiva ocupam todo o espaço para informação na página



Fonte: Reprodução da página 11 da edição 19.888 do JM, 06/09/2017.

Por conta desse amplo espaço aberto para Jaguariáiva, o *Vamos Ler* é a editoria que mais publica textos sobre o município. Em seguida, aparece a editoria Especial⁶⁶, com nove textos sobre Jaguariáiva. Eles integram a série “Corredores de Riquezas” - com informações sobre as rodovias que cortam os Campos Gerais⁶⁷. Os textos sobre Jaguariáiva tratam, entre

⁶⁶ Trata-se de uma editoria que não é fixa no jornal e aparece em algumas ocasiões. Neste caso, era publicada aos finais de semana para divulgar a série de reportagens “Corredores de Riquezas”.

⁶⁷ O *Diário dos Campos* também publicou, no mesmo período, uma série semelhante sobre as rodovias da região. Intitulada “Caminhos para o Desenvolvimento”, a série publicou apenas uma fotolegenda sobre Jaguariáiva, sob o título “Novo entroncamento de Jaguariáiva (PR-151)”, na edição do dia 12 de setembro de 2017.

outros assuntos, da duplicação da PR-151 e indicam que o dinheiro do pedágio possibilitou a construção de um prédio para a Prefeitura. (Figura 24).

Figura 24 - Notícia sobre Jaguariáiva na série especial “Corredores de Riquezas”, no Jornal da Manhã



Fonte: Reprodução da página 9 da edição 19.913 do JM, 14 a 16/10/2017.

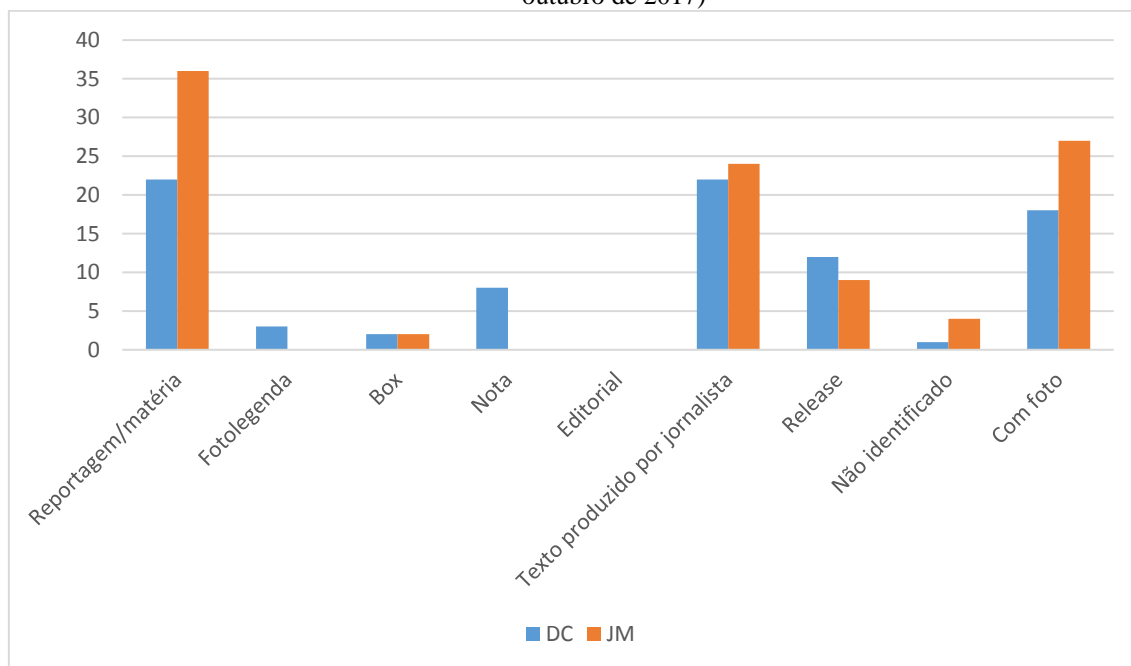
No DC, o assunto que mais abre espaço para que Jaguariáiva se torne notícia é Violência/Segurança, com nove textos (25,7%), seguido por Político-institucional, com oito (22,8%). Já o tema Pessoa do Político soma três textos (8,5%).

A editoria que mais abriga textos sobre Jaguariáiva no *Diário dos Campos* é Cidades, onde estão 12 das 35 notícias, ou seja, 34,2%; 11 textos foram produzidos pelos jornalistas. Do total de textos de Cidades sobre o município, oito são sobre Violência/Segurança e tratam sobre crimes diversos, como furto e roubo, e também tráfico, brigas e investigações policiais.

Ao noticiar Jaguariáiva, os dois jornais costumam produzir os próprios textos. No JM, 63,1% das notícias publicadas sobre o município são escritas por jornalistas da redação. No DC, o volume é próximo: 62,8% de conteúdo próprio. Em relação às imagens, o JM utiliza muito mais desse recurso visual que o DC. Dos 38 textos sobre Jaguariáiva publicados no JM, 27 estão acompanhados por foto. Já no *Diário dos Campos*, dos 35 textos, 18 contam com imagens.

Assim como nos textos de Carambei e Castro, há pouca pluralidade de fontes nas matérias sobre Jaguariaíva, em ambos os jornais. No *DC*, 15 textos não contêm sequer uma fonte - mesmo volume de notícias em que há apenas uma fonte de informação. Outros quatro textos citam duas fontes e apenas um traz três ou mais fontes. No *JM*, 20 matérias contêm uma fonte e 11 não citam a origem das informações; somente duas possuem três ou mais fontes. (Gráfico 18).

Gráfico 18 - Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Jaguariaíva (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

O resultado da pesquisa e as entrevistas com os jornalistas apontam pelo interesse que os jornais têm em publicar acontecimentos sobre Jaguariaíva, ou seja, não se fica na dependência dos *releases*. “A gente acaba muitas vezes fazendo [matérias] por conta do próprio contato que tem com o prefeito, que é presidente da AMCG”. (REPÓRTER A, 2018). A Repórter B lembra que, numa época, o editor-chefe solicitou que se fizesse uma matéria por semana para a editoria Economia sobre algum município da região e Jaguariaíva era uma das contempladas. “Então, a [Prefeitura para a qual] que [sic] eu ligava muito era Jaguariaíva, que eu ligava porque eles estão construindo um frigorífico, então, eu ligava para lá”. (REPÓRTER B, 2018).

Ou seja, a ligação política dos jornais com Jaguariaíva possibilita a entrada não só de matérias sobre este assunto, mas também outros temas, como se constata com as notícias sobre

Educação e Economia. O Repórter E (2018) explica que a importância política da cidade interfere nos critérios de noticiabilidade.

No impresso existem algumas preocupações dos jornais, né, do grupo do jornal. Por exemplo, lá no *Jornal da Manhã*, a gente era próximo [sic] da gestão da AMCG, então, a gente dava cobertura para algumas demandas da AMCG e, a depender das cidades e dos prefeitos, qual cargo ocupa na AMCG, que tipo de ações nessa cidade a gente tinha. Existia um privilégio, uma importância maior. Vou dar um exemplo. O atual prefeito da AMCG é o Juca Sloboda, prefeito de Jaguariaíva, do Democratas. Quando tinha ações em Jaguariaíva, mesmo sendo longe, que importavam para a AMCG e para o projeto do Juca, a gente tendia a ir cobrir. Ou tendia, por exemplo, a sempre cobrir com espaço e antecedência e cobertura posterior reuniões da AMCG. Sejam elas onde elas fossem, já que elas são itinerantes. Então, a política, especialmente, ela tem algum privilégio de andar junto, dos objetivos do jornal, projetos do jornal. (REPÓRTER E, 2018).

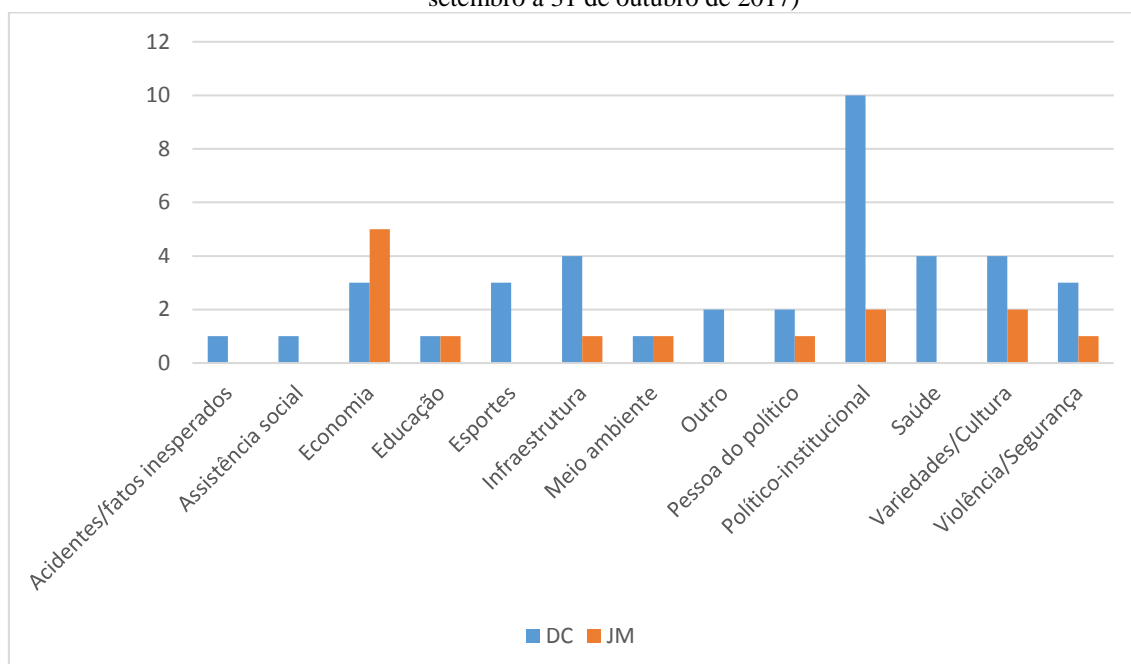
A busca por informações de Jaguariaíva é constatada também por meio da observação realizada na redação do *JM*, na última semana de setembro de 2017. Em duas oportunidades os repórteres entraram em contato com o prefeito. A primeira vez foi o jornalista de Política que telefonou para entrevistá-lo sobre o pagamento do 13º salário dos servidores municipais. Outro dia, foi a vez do repórter de Economia contatá-lo para repercutir a proposta de um deputado estadual para a construção de uma Central de Abastecimento (Ceasa) para os Campos Gerais. Mesmo sabendo que haveria uma intenção de a unidade ser instalada em Ponta Grossa, o editor-chefe orientou o repórter - antes de ele ligar para o prefeito de Jaguariaíva - a não citar essa informação, apenas solicitar a opinião do presidente da AMCG sobre a importância do empreendimento para a região.

Jaguariaíva é um exemplo de que a proximidade geográfica não é o que define as cidades que mais entram ou não nos jornais. Pois, mesmo distante 118 quilômetros de Ponta Grossa, a pesquisa aponta para uma cobertura noticiosa maior na comparação com outras cidades mais próximas.

6.4 PALMEIRA: “NEGLIGENCIADO” PELO *JM*, MAS VALORIZADO PELO *DC*

A cobertura sobre Palmeira está entre as mais distintas entre os jornais no quesito quantidade. No *DC*, o município – que é o terceiro mais próximo de Ponta Grossa, em termos geográficos; só fica mais longe se comparado a Carambeí e Castro – está em terceiro lugar no ranking das cidades vizinhas com maior visibilidade na cobertura jornalística. Todavia, no *JM*, a cidade aparece apenas na oitava posição – com 13 textos publicados - ficando atrás de municípios como Ortigueira (com 15 notícias) e Piraí do Sul (com 14). Mesmo assim, opta-se por traçar os detalhes da cobertura sobre Palmeira devido ao volume de textos publicados pelo *Diário dos Campos* no período de análise: 39. (Gráfico 19).

Gráfico 19 - Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Palmeira (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

No *JM*, dos 13 textos publicados sobre Palmeira entre setembro e outubro de 2017, sete são apenas sobre a cidade. O principal tema abordado pelo jornal para noticiar a cidade é Economia, com cinco notícias. E é na editoria Dinheiro, que abriga os textos referentes à economia, que está a maior parte das notícias sobre Palmeira. São sete (cinco sobre Economia, um sobre Político-institucional e um de Infraestrutura), sendo seis deles produzidos pelos jornalistas. Dentro do tema Economia, os assuntos abordados são variados: agronegócio, indústria, empreendedorismo, como no exemplo da Figura 25. Os acontecimentos sobre Palmeira estão dispostos, no *JM*, em 11 reportagens/matérias e dois boxes; sete deles possuem fotos. Das 13 notícias sobre Palmeira que aparecem no *JM*, oito são produções próprias da Redação, quatro são releases e um texto é de agência.

Figura 25 - Exemplo de notícia sobre Economia em Palmeira publicada no Jornal da Manhã

6 DINHEIRO Ter 30 Out 2017 | jornaldamanhã



A FORÇA QUE BATE RECORDES COM A PARCERIA LÍDER EM MANUTENÇÃO.

THROUSSE.COM.BR
42.322-3200

SÃO JOSÉ
engenharia e construção

FORQUE VOCE NÃO PODE PARAR.

PALMEIRA 1ª PRIMEIRA FASE SERÁ CONCLUÍDA EM 2018

Projeto empresarial na região terá aporte superior a R\$ 100 mi

Complexo, que está sendo construído na RR-176, terá um condomínio industrial e um centro comercial

COMERCIO
Outlet contará com 150 lojas

Um projeto empresarial de porte de grande dimensão foi anunciado aqui em Palmeira. Trata-se de um empreendimento que prevê a construção de um complexo comercial e industrial na rodovia RR-176, com um aporte superior a R\$ 100 milhões. O projeto será desenvolvido em parceria com o empresário local, o Sr. [nome não legível], e a empresa [nome não legível]. O complexo será dividido em duas fases. A primeira fase, que será concluída em 2018, prevê a construção de um centro comercial com 150 lojas e um condomínio industrial com 100 unidades. A segunda fase, que será concluída em 2019, prevê a construção de um centro comercial com 150 lojas e um condomínio industrial com 100 unidades. O projeto será desenvolvido em parceria com o empresário local, o Sr. [nome não legível], e a empresa [nome não legível].



FENÔMENO RAZELA
desenvolvimento

A região dos Campos Gerais está recebendo um complexo empresarial de mais de R\$ 100 milhões. Palmeira apresenta uma área planejada de RR-176, com um aporte superior a R\$ 100 milhões. O projeto será desenvolvido em parceria com o empresário local, o Sr. [nome não legível], e a empresa [nome não legível].

Em segundo investimento na região, a empresa [nome não legível] está desenvolvendo um projeto de infraestrutura de grande porte. O projeto prevê a construção de um complexo comercial e industrial na rodovia RR-176, com um aporte superior a R\$ 100 milhões. O projeto será desenvolvido em parceria com o empresário local, o Sr. [nome não legível], e a empresa [nome não legível].

Uma das principais vantagens do projeto é a localização estratégica na rodovia RR-176, que facilita o acesso a outras regiões do Estado. Além disso, o projeto prevê a construção de um centro comercial e um condomínio industrial, o que atrai investimentos e cria empregos para a população local.

Dinheiro O empresário [nome não legível] anunciou aqui em Palmeira um projeto empresarial de porte de grande dimensão. O projeto prevê a construção de um complexo comercial e industrial na rodovia RR-176, com um aporte superior a R\$ 100 milhões. O projeto será desenvolvido em parceria com o empresário local, o Sr. [nome não legível], e a empresa [nome não legível].

Um projeto empresarial de porte de grande dimensão foi anunciado aqui em Palmeira. Trata-se de um empreendimento que prevê a construção de um complexo comercial e industrial na rodovia RR-176, com um aporte superior a R\$ 100 milhões. O projeto será desenvolvido em parceria com o empresário local, o Sr. [nome não legível], e a empresa [nome não legível].

CONSTRUTORES
Associação e Senai estudam fechar parceria

A Associação Palmeirense dos Construtores de Engenharia, Arquitetura e Urbanismo (APEC) está estudando a possibilidade de fechar uma parceria com o Senai para a realização de cursos e treinamentos para os profissionais da construção civil. A parceria prevê a realização de cursos de capacitação profissional e atualização de conhecimentos para os profissionais da construção civil. A parceria também prevê a realização de treinamentos para os profissionais da construção civil. A parceria também prevê a realização de treinamentos para os profissionais da construção civil.

DOCUMENTO CERTIFICA A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES
Princesa dos Campos recebe a recertificação da ISO 9001

A Princesa dos Campos recebeu a recertificação da ISO 9001, o que comprova a excelência no atendimento aos clientes. A recertificação foi realizada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e é uma das maiores empresas do Brasil a receber essa certificação. A Princesa dos Campos é uma empresa líder em atendimento aos clientes e a recertificação da ISO 9001 comprova a excelência no atendimento aos clientes. A Princesa dos Campos é uma empresa líder em atendimento aos clientes e a recertificação da ISO 9001 comprova a excelência no atendimento aos clientes.



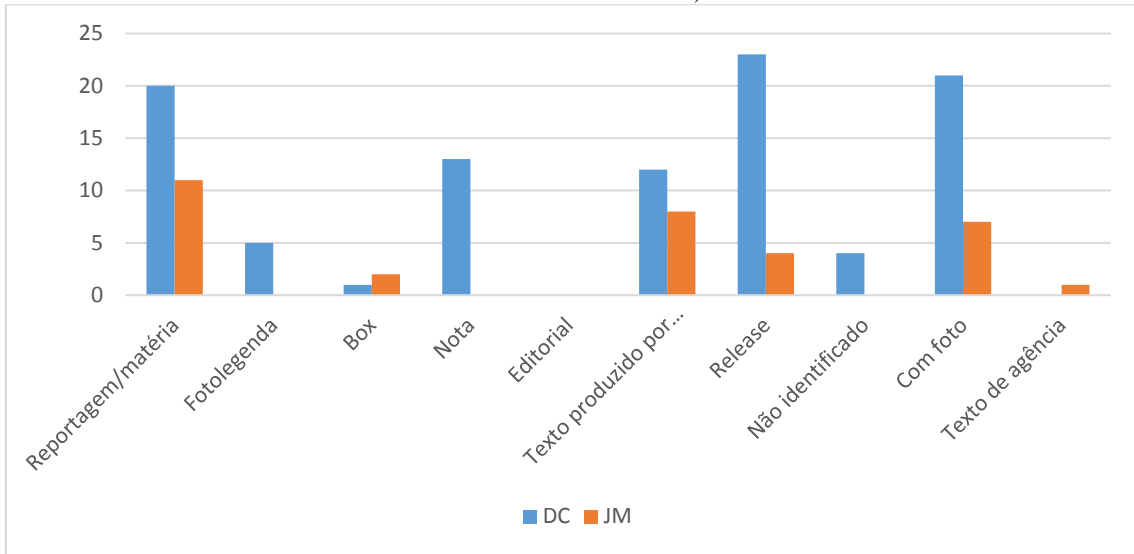
COMBUSTÍVEIS
Richa destaca apoio ao setor empresarial

O governador Richa destacou o apoio do governo ao setor empresarial. O governador Richa destacou o apoio do governo ao setor empresarial. O governador Richa destacou o apoio do governo ao setor empresarial. O governador Richa destacou o apoio do governo ao setor empresarial. O governador Richa destacou o apoio do governo ao setor empresarial.

Fonte: Reprodução da página 6 da edição 19.924 do JM, 31/10/2017.

O DC, por sua vez, abre espaço para Palmeira especialmente por causa dos releases. Quase 60% dos textos publicados no período da pesquisa sobre a cidade são de assessorias de imprensa. Embora tenham sido publicadas mais reportagens/matérias no número total (20 textos neste formato), observa-se que há também uma predileção por noticiar Palmeira por meio de textos curtos que, teoricamente, têm menor visibilidade para o leitor. Foram contabilizadas 13 notas “peladas” e cinco fotolegendas sobre a cidade. (Gráfico 20).

Gráfico 20 - Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Palmeira (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

Do total de textos no DC, 24 são só sobre o município e nos demais Palmeira aparece com outras cidades no mesmo texto. Em diversos textos, o município é apenas “citado”, ou seja, não se expõe detalhes do que o assunto pode ter de importância para a cidade. (Figura 26).

Figura 26 - Exemplo de matéria que apenas “cita” Palmeira, no Diário dos Campos

DIÁRIO DOS CAMPOS **Política** Ponta Grossa, quarta-feira, 27 de setembro de 2017 3A

GESTOR PÚBLICO Ponta Grossa, Ortigueira e Palmeira têm iniciativas concorrendo ao Prêmio Gestor Público Paraná

Região tem 11 projetos entre finalistas de prêmio estadual

Participação da região no Prêmio Gestor Público Paraná:

- Ponta Grossa: 2 projetos na área de educação, 2 projetos na área de Gestão Ambiental, 1 projeto na área de Habitação
- Ortigueira: 1 projeto na área de Agricultura, 1 projeto na área de Educação, 1 projeto na área de administração, 1 projeto na área de Assistência Social
- Palmeira: 1 projeto da área Legislativa

PREMIÇÃO O FGP-PR é uma iniciativa do Sindicato dos Auditores-Fiscais da Receita do Estado do Paraná (Sindaf-PR) e, além de reconhecer os serviços públicos de qualidade, possibilita que outros municípios se inspirem em projetos inovadores. A cerimônia de premiação está prevista para o dia 21 de novembro, na Assembleia Legislativa do Paraná, em Curitiba.

Coluna DC JEFERSON AUGUSTO

Seminário ADI Curitiba recebeu na terça-feira a primeira edição do "Seminário ADI-PR", evento realizado pela Associação dos Diários do Interior (ADI), e que contou com a presença de diretores e proprietários de jornais paranaenses, que discutiram e assistiram a palestras sobre o cenário político e econômico no Estado, além de debater temas referentes ao jornalismo, produção de conteúdo e avaliação de material. O evento ainda reuniu lideranças políticas, empresariais e profissionais da área de comunicação.

A Câmara ainda não pegou o 'feeling' da denúncia Alail Machado, deputado federal, sob o nome de Legislativo tem reagido à denúncia contra o presidente Michel Temer

Momento do Estado Entre os palestrantes da primeira edição do "Seminário ADI-PR" estavam os presidentes da Federação da Agricultura do Estado do Paraná (FAEP), Agilene Meneguetti, e da Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio), Dora Pires, que participaram do painel "O momento do Estado". Edson Campagnolo, presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiap) também discursou no evento. O "Seminário ADI-PR" ainda teve as palestras de Luis Rosalva, Fred Paschoa e André Richter Coran.

Fonte: Reprodução da página 3A da edição 33.181 do DC, 27/09/2017.

O tema que mais aparece no *Diário dos Campos* quando o município da notícia é Palmeira é Político-institucional. Este assunto está presente em 25,6% (10 em números) do total

de textos publicados. Em seguida, aparecem empatados Variedades/cultura e Saúde, com 10,2% (quatro textos). O tema Político-institucional é o que predomina porque o DC noticia, no período de análise, diversos textos sobre ações de governo ou de instituições que citam Palmeira. Entre os exemplos estão matérias sobre repasse de recursos do governo estadual para municípios, imposto cobrado da empresa de pedágio e que retorna aos cofres das Prefeituras e criação do Sistema de Atendimento Móvel de Urgência (Samu) Regional (Figura 27). Os demais assuntos se diluem em volume, mas, bastante diversos, mostram que Palmeira tem espaço nas páginas no DC, independentemente do tema.

Figura 27 - Exemplo de texto que mostra Palmeira junto a outros municípios, no Diário dos Campos

DIÁRIO DOS CAMPOS **Política** 3A

Fonte: Diário, quarta-feira, 6 de setembro de 2017

NA JUSTIÇA Sentença em primeira instância dá razão ao município, que pede redução de mais de R\$ 10 milhões em dívidas

Decisão reduz dívida de PG com a Sanepar

• JERFISON AUGUSTO

Um desembargador do Varão da Fazenda Pública da Corte de Justiça do Rio Grande do Sul decidiu em favor do município de Palmeira, que contestou o valor da dívida do pedágio pago com a Sanepar. A empresa cobra, no total, de R\$ 20 milhões, referentes a dívidas não pagas entre os anos de 2008 e 2013. A administração municipal contestou os valores e decidiu em primeira instância reduzir sua exposição de dívidas.

A Sanepar cobra R\$ 21 milhões referentes ao contrato de prestação de serviços de saneamento básico em Palmeira em 2008 e 2013, que o município não reconhece. A Prefeitura nega ter assinado o contrato e alega que a empresa cobra os valores indevidos, não respeitando os termos do contrato, que previa a entrega de 90% em dinheiro e 10% em bens públicos.

O município entende que a Sanepar cobra indevidamente o valor do pedágio porque não houve a entrega de 90% em bens públicos. Desde que houve o contrato em 2008, o município não assinou o documento de prestação de serviços de saneamento básico, por entender que os valores não são os corretos, explica o Procurador-Geral de Município, Marcos Vinícius Freitas.

Com a decisão, assinada pelo juiz Carlos Frederico da Silva, o município tem uma possível futura negociação com a Sanepar, analisa Freitas.

De acordo com o Procurador-Geral de Município, uma segunda negociação acontece com o valor de cobrança de R\$ 10 milhões, mas não houve assinatura em nenhum dos dois contratos. O município também não assinou o contrato de prestação de serviços de saneamento básico em 2008 e 2013, o que também não foi assinado pelo município.

A decisão favoreceu o Prefeito de Palmeira, Marcos Vinícius Freitas, ao contestar a dívida de R\$ 21 milhões com a Sanepar, que alega não ter assinado o contrato. Para o valor de R\$ 10 milhões, o município não assinou o contrato, mas possui uma possível futura negociação com a Sanepar, analisa Freitas.

De acordo com o Procurador-Geral de Município, uma segunda negociação acontece com o valor de cobrança de R\$ 10 milhões, mas não houve assinatura em nenhum dos dois contratos. O município também não assinou o contrato de prestação de serviços de saneamento básico em 2008 e 2013, o que também não foi assinado pelo município.

A decisão favoreceu o Prefeito de Palmeira, Marcos Vinícius Freitas, ao contestar a dívida de R\$ 21 milhões com a Sanepar, que alega não ter assinado o contrato. Para o valor de R\$ 10 milhões, o município não assinou o contrato, mas possui uma possível futura negociação com a Sanepar, analisa Freitas.

Coluna DC

• JERFISON AUGUSTO

Pouco sem fundo

O deputado federal Almir Machado (PSB) ficou no topolino em Palmeira sobre os valores cobrados pelo município em relação ao contrato de saneamento básico com a Sanepar. Segundo o deputado, quando se passou o tempo, ficou claro que a empresa não respeitou o contrato. "A administração não pagou o contrato e, portanto, tem o direito de negociar", afirmou.

Esta revisão de valor deve render frutos em uma possível futura negociação com a Sanepar

Marcos Freitas, procurador-geral do município, veste decisão que dá razão ao pedido do município contra a Sanepar.

Na conta

A Prefeitura de Palmeira informou que pagou mais de R\$ 10 milhões em bens públicos para o pagamento de R\$ 21 milhões em dívida com a Sanepar. O município também não assinou o contrato de prestação de serviços de saneamento básico em 2008 e 2013, o que também não foi assinado pelo município.

Vislumbres

O deputado estadual Marcos Padellaro fez uma visita ao município de Palmeira para avaliar o estado de conservação das obras de saneamento básico. Segundo o deputado, o município não respeitou o contrato de prestação de serviços de saneamento básico em 2008 e 2013, o que também não foi assinado pelo município.

Encontro

O governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite, participou de um encontro com o prefeito de Palmeira, Marcos Vinícius Freitas, para discutir o repasse de recursos do governo estadual para municípios.

Pedidos

O deputado estadual Marcos Padellaro fez uma visita ao município de Palmeira para avaliar o estado de conservação das obras de saneamento básico. Segundo o deputado, o município não respeitou o contrato de prestação de serviços de saneamento básico em 2008 e 2013, o que também não foi assinado pelo município.

Fonte: Reprodução da página 3A da edição 33.168 do DC, 06/09/2017.

A editoria que mais abre espaço para os acontecimentos de Palmeira é Geral, onde, no período de análise, foram publicadas 13 notícias – todas releases (Figura 28). Os assuntos que aparecem nesta página são bem variados – como o próprio nome da editoria aponta –: Política, Variedades, Assistência Social, Educação, Infraestrutura, Saúde.

O uso de fontes é escasso nos textos sobre Palmeira. Dos 39 textos publicados entre setembro e outubro de 2017 no DC, 17 não citam sequer uma fonte; outros 15 trazem uma fonte

e apenas um conta com três ou mais fontes. Outro detalhe a se destacar é a presença de fontes oficiais: são 20 notícias com fontes dessa natureza.

Figura 28 - Exemplo de release sobre Palmeira, publicado no formato de fotolegenda na editoria Geral do Diário dos Campos

8A (42) 3220-7719
Ponta Grossa, quinta-feira, 21 de setembro de 2017

Geral

DIÁRIO DOS CAMPOS

UNIDADES | *As unidades dos dois municípios chegaram a ser ameaçadas de fechamento por conta de medidas de contenção de gastos*

União se compromete com obras em repartições de PG

DA REDAÇÃO
suplementos@diariodoscampos.com.br

Unidade Técnica Regional da Agropecuária (UTRA) de Ponta Grossa e de Castro serão mantidas pelo Ministério da Agricultura. A manutenção das duas UTRAs foi garantida ontem (20) pelo deputado federal Sandro Alex (PSD), durante reunião em Brasília, com o secretário executivo do Ministério da Agricultura, Eumar Roberto Novacki, e que teve a participação do líder da Frente Parlamentar da Agricultura na Câmara, deputado Marcus Montes (PSD).

Recentemente, em uma medida de contenção de gastos, o Ministério havia, primeiro, anunciado o fechamento da UTRA de Castro e mantido apenas a de Ponta Grossa. Depois, em outra portaria, anunciou o fechamento da unidade de Ponta Grossa e a manutenção da unidade de Castro.

Desde então, Sandro Alex recebeu o requerimento de diversos órgãos ligados ao setor público e da agricultura em Ponta Grossa para intervir no sentido de não deixar a UTRA fechar. Sindicato Rural, Sociedade Rural, Núcleo da Agricultura e Prefeitura Municipal procuraram o deputado com a reivindicação.

Sandro solicitou um levantamento em relação ao custo de manuten-

SANDRO se reuniu ontem com Eumar Novacki e Marcus Montes



ção das duas unidades, em Ponta Grossa e Castro, e evidenciou que o fechamento não resultaria em redução de custos, além de causar prejuízos enormes para uma região produtora e geradora de riquezas na área agrícola.

De posse dos dados, Sandro Alex acionou o ministro Blairo Maggi e sua equipe para expor o prejuízo que seria para a região o fechamento de qualquer uma das UTRAs.

Sandro ressaltou que na primeira semana de outubro, haverá um ato solene no Ministério da Agricultura para a assinatura da nova portaria

que vai manter o escritório de Ponta Grossa. O escritório de Castro já está assegurado e, segundo o secretário, não corre mais o risco de ser fechado.

GARANTIA
"Lutei pela defesa dos dois escritórios. O que era uma disputa sobre qual ficaria aberto e qual seria fechado, se tornou uma defesa de que ambos são importantes. Não se pode manter um em detrimento do outro, sendo que as duas regiões têm a sua importância no cenário agrícola", declarou Sandro.

Tibagi perfura dois novos poços artesianos
As comunidades do assentamento Menino Jesus e Cerrado Grande, em Tibagi, já podem comemorar. A Prefeitura deu o primeiro passo, semana passada, para instalar uma rede de distribuição de água para os moradores. Um convênio firmado entre a Prefeitura e Instituto das Águas e uma empresa estatal permitiu a perfuração dos poços, que vai beneficiar pelo menos 100 famílias. O próximo passo é conseguir recursos para a implantação da rede de distribuição. Para o gerente da Secretaria Municipal de Agricultura, Walmir Eidam, a expectativa é que todo o projeto seja finalizado em 2018.

Castro abre inscrições para Bom Negócio PR
Estão abertas as inscrições para a terceira turma do curso de Gestão Empresarial do Programa Bom Negócio Paraná. O curso é desenvolvido pelo Núcleo de Apoio ao Empreendedorismo (NAE) da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), em parceria com a Secretaria Municipal de Gestão Pública, por meio da Diretoria Municipal de Indústria, Comércio, Turismo e Cultura de Castro. O curso é destinado para micro, pequenos, médios empresários e microempreendedores individuais (MEI), formalizados ou não, e comunidade em geral. O objetivo é promover o desenvolvimento econômico local e regional.

UBS ganha atendimento odontológico
Os moradores da região central de Palmeira irão contar com atendimento odontológico na Unidade Básica de Saúde Dr. Silvio Kenji Kanemoto. Todos os procedimentos odontológicos serão realizados no local, com exceção de prótese e ortodontia. Os casos que forem mais complexos serão encaminhados para o Centro de Especialidades Odontológicas. Os atendimentos serão de segunda a sexta, das 8 horas às 11h30 e das 13 às 17 horas. Para receber atendimento, o paciente precisa ir até a unidade de saúde e agendar um horário, ou pedir para a agente comunitária solicitar o agendamento.

Fonte: Reprodução da página 8A da edição 33.177 do DC, 21/09/2017.

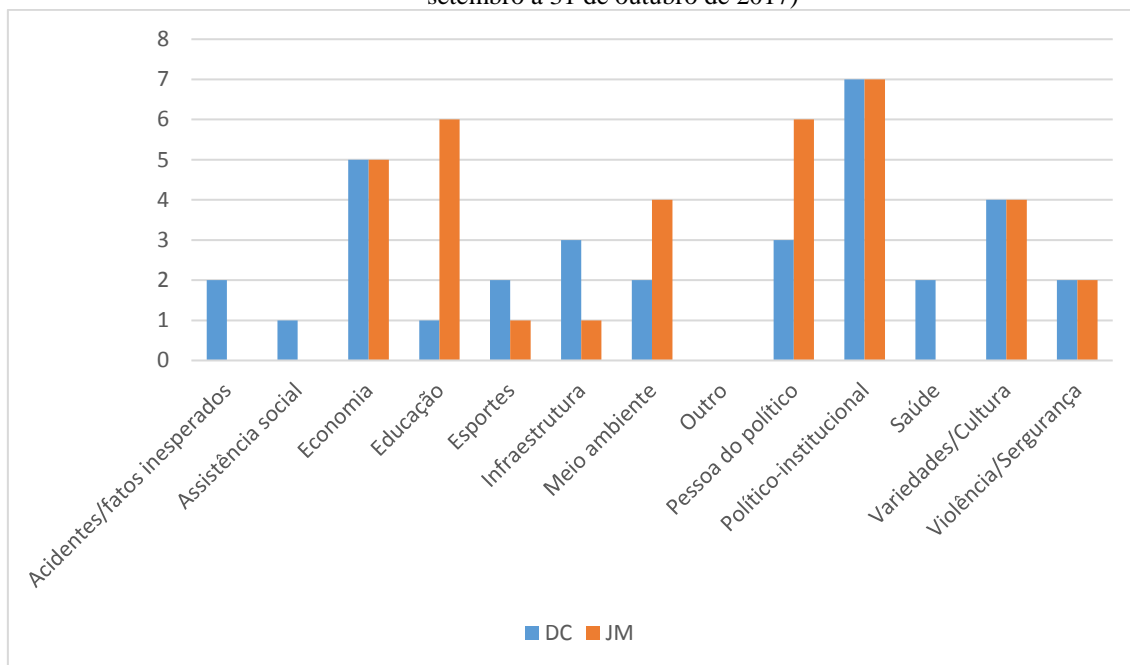
6.5 TIBAGI: ESPAÇO SEMELHANTE NO DC E NO JM

Com espaço muito semelhante no quesito quantidade de notícias nos dois jornais analisados aparece Tibagi, que é o quinto município mais citado pelo *Diário dos Campos* e o quarto pelo *Jornal da Manhã*. Neste, a cidade – que fica a 103 quilômetros de Ponta Grossa – foi citada em 36 textos (19 “exclusivos”) e no *DC*, em 34 (19 só sobre o município). Em ambos os jornais, o tema que mais leva o município a se tornar notícia é Político-institucional, com sete textos em cada (20,5% do total no *DC* e 19,4% no *JM*).

Os outros temas mais presentes no *JM* no que se refere a Tibagi são Pessoa do Político e Educação, com seis textos cada (16,6%) e Economia, com cinco (13,8%). No *DC*, o segundo

e terceiro assuntos mais recorrentes para o município são, respectivamente, Economia, com cinco textos (14,7%) e Violência/Segurança, com quatro (11,7%). (Gráfico 21).

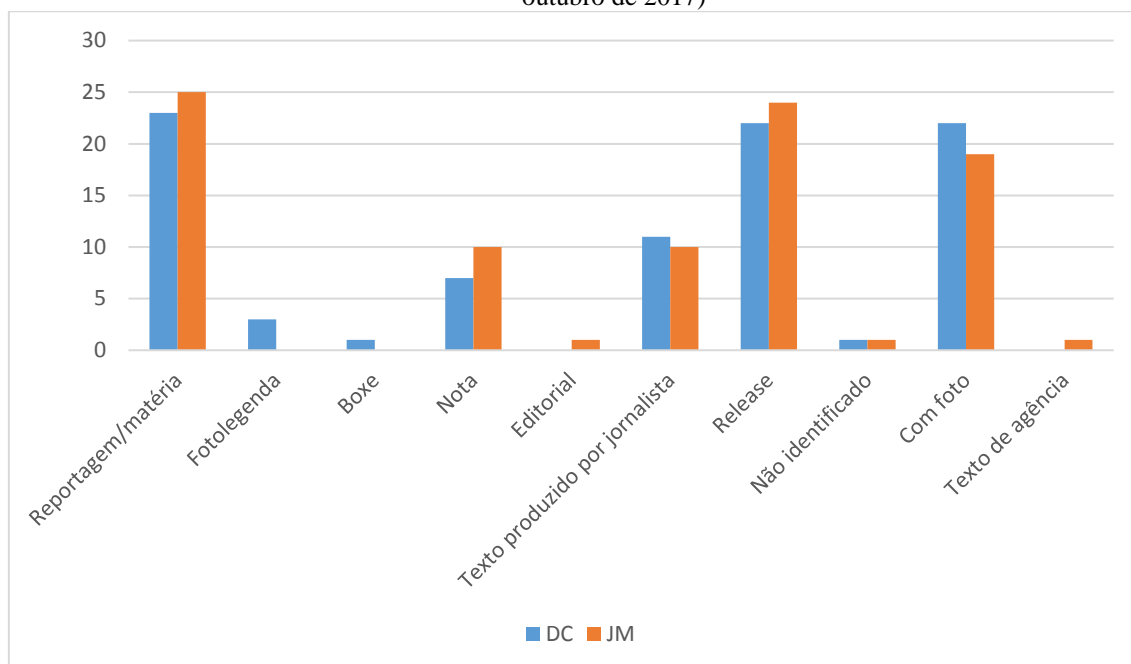
Gráfico 21 - Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Tibagi (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

Ao se comparar os gráficos em que estão compilados os principais resultados da análise de conteúdo realizada nos textos sobre Tibagi, observa-se uma semelhança não vista nos demais municípios. Tanto o *JM* quanto o *DC* possuem números parecidos de *releases* e textos próprios, de fotos e de reportagens/matérias. (Gráfico 22). Por outro lado, existe uma pluralidade um pouco maior de fontes no *DC* que no *JM*. Neste, há 13 textos sem fonte e 20 com apenas uma fonte citada; somente dois textos contam com três ou mais fontes. No *DC*, são oito textos sem fontes, 15 que referenciam uma fonte de informação e sete que citam duas fontes. Há ainda quatro textos com três ou mais fontes.

Gráfico 22 - Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Tibagi (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

O que contribui muito para a presença de Tibagi na imprensa ponta-grossense é a eficiência das assessorias de comunicação. Em ambos os jornais, o número de *releases* publicados no período de setembro a outubro de 2017 é o dobro dos textos produzidos pelas jornalistas.

O volume considerável de textos no *JM* deve-se às notas publicadas na coluna *Informe JM*, que não é assinada por nenhum jornalista e é publicada diariamente na editoria Espaço Público. Só nesta página foram publicados dez textos referentes a Tibagi, sendo um editorial e os demais, notas da coluna. Em algumas ocasiões, a coluna é preenchida com *releases* que são desmembrados e transformados em duas ou três notas⁶⁸, algumas delas com foto. De setembro a outubro de 2017, na coluna *Informe JM*, foram contabilizados quatro textos sobre o tema Pessoa do Político, tendo o prefeito como tema específico, e mais três textos acerca de Político-institucional, com o tema específico de Governo Municipal, como mostra o exemplo da Figura 29. A segunda editoria que privilegia assuntos de Tibagi é Política, onde foram divulgados sete textos.

⁶⁸ Cada nota foi considerada um texto para a análise de conteúdo.

Figura 29 - Exemplo de release sobre Tibagi desmembrado em três notas para a coluna “Informe JM”, do Jornal da Manhã

2 | ESPAÇO PÚBLICO | QUA 27 SET 2017 | **jornaldamanhã**

INFORME JM

politica@jminerws.com.br

Elizabeth participa de reunião do Conselho de Turismo

A vice-prefeita e presidente da Fundação Municipal de Turismo (Fumtur) de Ponta Grossa, Elizabeth Schmidt (PSB), participou nesta terça-feira (26) de uma reunião do Conselho Paranaense de Turismo (CETUR), no Hotel do Iguaçu, em Curitiba. Na pauta do encontro estavam o documento "Paraná Turismo 2026", a regionalização da atividade turística, entre outras demandas do órgão. Em Ponta Grossa, Elizabeth tem conquistado avanços importantes no setor turístico desde que assumiu a pasta.

Debate sobre políticas públicas para o setor
Elizabeth ressaltou a importância do debate sobre o tema, principalmente do ponto de vista da consolidação de uma política pública para o Turismo. "O CETUR é um órgão fundamental para a gestão turística no Estado do PR, que contribui para o desenvolvimento das políticas públicas para o turismo do Estado. A partir daqui surgem as diretrizes para que os municípios realizem seus planejamentos e suas ações de promoção local", afirmou a vice-prefeita.

Regionalização da atividade turística
A presidente da Fumtur e vice-prefeita da cidade lembra que uma das ferramentas elaboradas é a implementação da lei de regionalização turística. "No todo são 11 regiões que reúnem os municípios vinculados com as IGRs (Instâncias de Governanças Regionais), que nos Campos Gerais é a ADETUR", conta.

EDITORIAL

Vândalo não pode

Inadmissível o cenário de tensão vivido por funcionários e professores da Escola. Não houve por conta da ação de criminosos. Os diálogos de segurança precisavam agir com austeridade e mediantemente, como forma de evitar ameaças e a depredação do patrimônio público. Esse prédio educacional foi construído numa região com inúmeros problemas sociais e uma intervenção imediata é necessária.

Matéria publicada ontem pelo Jornal da Manhã revela que a destruição de vidros e pichações são frequentes e representam prejuízos ao poder público. Os exemplos no patrimônio, porém, não são graves.

ROCI



DEBATES

Marisa Ester R
atendimento@lead

Escola: o lugar da construção de

*A autora é Diretora Educacional do Colegió Marista Arquidiocesano, do Grupo Marista.

A discussão sobre o direito de todos ao acesso à educação inclusiva é o eixo da novela da Rede Globo, "Fô do Querê", trazendo à tona o dilema de uma família da vida da personagem mais humana e seu entorno, para além de seu país. E não em como deixar de falar sobre esses desafios que vivem as vilas que se encontram em diferentes espaços de aprendizagem, pois a escola é o núcleo base da sociedade.



Tibagi recebe verba para a Educação

O prefeito de Tibagi, município na região dos Campos Gerais, Rildo Leonardi, realizou nesta terça-feira (26) a assinatura do Convênio Escola Mil. Foi feita a liberação de recursos para a reforma do Colégio João Francisco Silva, de Caetano Mendes. Estiveram presentes nessas autoridades, entre eles o Presidente da Assembleia Ademar Tralano e Deputado Estadual Alexandre Curti.

Diretora ressalta importância do recurso

A diretora da escola beneficiada, Clédina Ferreira Domingues, conta que essa conquista é muito importante para o bem-estar dos alunos e de todos os funcionários. "São mudanças que fazem a diferença, melhora para os alunos e pra gente poder trabalhar, ponto positivo pra todo mundo", declara Clédina.

Rildo busca recursos com deputados

Cumprindo o primeiro mandato como prefeito de Tibagi, Rildo tem apostado na proximidade com deputados da base governista para conseguir recursos para a cidade. Membro do PMDB, Leonardi busca adquirir verbas para reestruturar o município e tem apostado na boa relação com deputados para conseguir angariar verbas para diferentes áreas.

Fonte: Reprodução da página 2 da edição 19.901 do JM, 27/09/2017.

No DC, não há uma editoria que concentra as notícias sobre Tibagi, embora Geral tenha contabilizado o maior número de textos (Figura 30). Nesta página, foram publicados oito textos sobre a cidade, cujos temas são bem diversificados: Política, Variedades/Cultura, Assistência Social, Infraestrutura, Saúde, Meio Ambiente. Outras três editorias também abriram espaços consideráveis para noticiar Tibagi. Em Cidades, Política e no Caderno Regional foram contabilizados cinco textos sobre o município em cada uma destas seções, também com temas variados.

NOVIDADE *Novo serviço tem foco na tecnologia como diferencial na qualidade dos diagnósticos*

Unimed Ponta Grossa inaugura laboratório próprio

DA REDAÇÃO
suplementos@diariodoscampos.com.br

A Unimed Ponta Grossa inaugurou, no início da semana, o primeiro laboratório próprio da cooperativa na cidade. O evento contou com a presença de diretores, dirigentes da Federação das Unimed do Paraná, médicos cooperados, imprensa, representantes da sociedade local e colaboradores.

A cooperativa assumiu a administração do laboratório que era anexo ao Hospital Geral Unimed (HGU) em novembro de 2016. Desde então, foram feitos investimentos em tecnologia, recursos humanos e na estrutura física para uma sede nova do serviço que, agora, está localizado em frente ao HGU.

O novo laboratório atende tanto clientes do plano de saúde quanto pacientes particulares. Esta última, totalmente ambientada de forma lúdica para mais conforto dos pacientes infantis. Resultados online de exames, acesso gratuito à rede wi-fi durante a permanência no serviço e lanche, também gratuito, aos pacientes que fizerem exames em jejum também são as novidades apresentadas durante a inauguração.

No âmbito tecnológico, é o único da região com o Vein Viewer, equipamento que permite melhor visualização das veias para facilitar a inserção de seringas e cateteres.

Outro equipamento de destaque é utilizado para identificação e determinação da sensibilidade aos antibióticos de bactérias causadoras de infecção. A automação desses exames permite mais precisão e agilidade na determinação do antibiótico a ser utilizado. Geralmente, leva-se de 24 a 48 horas para a obtenção do resultado. Com a tecnologia implementada no novo laboratório, é possível obter esse resultado em 12 a 18 horas, ajudando na escolha rápida do tratamento mais adequado e diminuindo o tempo de internação.

INVESTIMENTO
Durante a cerimônia de inauguração, o diretor presidente da Unimed Ponta Grossa, Rafael Francisco dos Santos, destacou o significado do novo empreendimento. "Desde a construção do nosso primeiro recurso próprio, o HGU, a Unimed vem investindo muito em infraestrutura e serviços para poder manter a qualidade do atendimento. É um passo importante para a cooperativa e vai contribuir para oferecer diagnósticos seguros".

LABORATÓRIO fica em frente ao Hospital Geral Unimed (HGU)



Breves

Sanepar se reúne com comunidade de Tibagi
A Sanepar realizou a primeira reunião com a comunidade em Tibagi. O objetivo foi mostrar os investimentos já concluídos nos últimos cinco anos e o planejamento futuro para o município. A vice-prefeita Helyneze Ribas, o secretário municipal de Finanças, Erii Prestes, o gerente da Secretaria Municipal de Agricultura, Walmar Eidam, o gerente da Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Leri Ribeiro e o gerente da Secretaria Municipal de Obras, Marcelo Bueno, participaram do encontro. A apresentação dos dados foi realizada por funcionários de setores específicos da companhia.

Programa vai promover avanços em Sengés
Educação valorizada na prática. A prefeitura de Sengés está lançando o maior programa de investimentos em educação da história da cidade. O projeto foi batizado de "Pró Educa" - Programa de Valorização da Educação Municipal de Sengés, e ao todo, a prefeitura vai investir R\$ 1.906.913,13 nos diversos segmentos da educação municipal, especialmente em reformas e melhorias para as unidades de ensino. Pres. Mércio, Prof. Aristides Pereira Matos Netto, Prof. Durval Jorge, além dos CMEIs. A escola Profª Lhubina B. Da Rosa receberá o maior investimento.



Castrenses participam do Cooperjovem
Professores, diretores e coordenadores pedagógicos das escolas municipais participaram do último encontro de Formação Continuada do Cooperjovem, programa da Organização das Cooperativas Brasileiras, desenvolvido pelo Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo em parceria com a Cooperativa Castrolanda. Trêze escolas do município participam do programa que este ano foi desenvolvido em quatro encontros para orientar o trabalho dos educadores, compartilhar experiências e refletir sobre as ações desenvolvidas nas escolas acerca da problemática levantada no Projeto Educacional Cooperativo (PEC).

sistemafiep.com.br

Fonte: Reprodução da página 7A da edição 33.174 do DC, 15 a 18/09/2017.

O que se constata na pesquisa sobre Tibagi é que os assuntos que levam a cidade a aparecer na imprensa ponta-grossense são os mais diversificados, porém, com destaque para os de cunho político. Isso se deve, especialmente, à abertura que ambos os jornais analisados dão aos *releases* que chegam de políticos com cargo eletivo e órgãos públicos. Do total de textos publicados no *DC*, 66,6% são *releases* e no *JM*, o percentual chega a 64,7%. Como a Prefeitura costuma alimentar os jornais com esses textos, a variedade de temas também costuma ser maior, visto que os textos do Governo Municipal tratam das mais diversas secretarias (Educação, Saúde, Turismo, etc.). Isto é reconhecido pelo Repórter D (2018): “[...] Tibagi também tem uma assessoria de imprensa mais atuante”.

6.6 TELÊMAGO BORBA: *DC* EVIDENCIA VIOLÊNCIA/SEGURANÇA E *JM*, A POLÍTICA (OU OS POLÍTICOS)

A segunda maior cidade dos Campos Gerais é a quinta que mais aparece no *Jornal da Manhã* entre os municípios vizinhos a Ponta Grossa. Entre setembro e outubro de 2017, Telêmaco Borba rendeu 18 textos ao *JM*, sendo 11 matérias somente sobre o próprio município. Mesmo preterido pelo *DC* diante de outras cidades da região – Telêmaco ocupa a sétima posição entre as que mais aparece, atrás de Irati e dos demais municípios citados neste capítulo (Carambeí, Castro, Palmeira, Jaguariaíva e Tibagi) -, Telêmaco aparece em 31 textos publicados no período analisado.

Além do volume de notícias, outro fato que chama a atenção na comparação entre os dois jornais quando se fala de Telêmaco são os temas abordados. Enquanto no *DC* a preferência é por Violência/Segurança, com seis textos (19,3% do total), o mesmo assunto não aparece nenhuma vez no *JM*. Neste periódico, quatro temas dividem a primeira colocação entre os que levam a cidade a ganhar espaço no jornal: Político-institucional, Economia, Educação e Pessoa do Político. Cada um desses assuntos rendeu três textos. No caso de Pessoa do Político, as três notícias são sobre o então deputado estadual Marcio Pauliki (PDT), como mostra o exemplo na Figura 31.

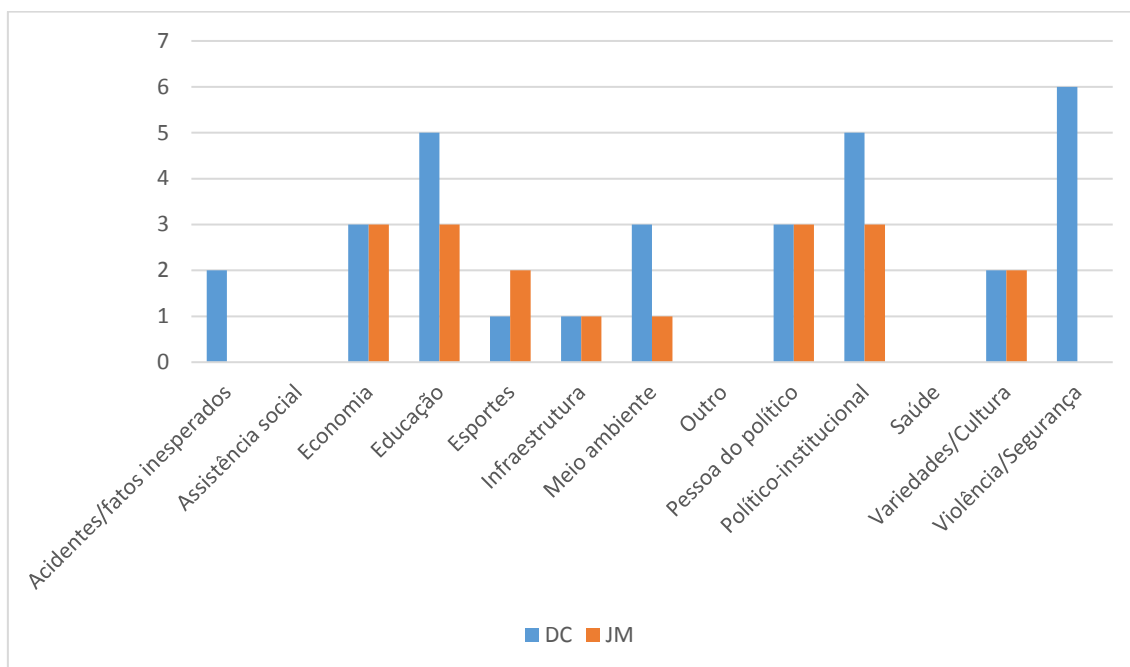
Figura 31 - Tema Pessoa do Político é um dos que mais aparece no Jornal da Manhã quando se noticia Telêmaco Borba; todos os textos deste assunto citam o mesmo deputado

The image shows a page from the newspaper 'Jornal da Manhã' dated 04/09/2017. The main headline is 'Prefeitura de PG encaminha projeto à Câmara de repactuação de dívidas'. Below the headline is a photograph of Marcio Pauliki, a man in a suit. To the right of the photo is a sub-headline 'Termineiras: Proposta terá parâmetros do refinanciamento'. Below the main headline, there is a small text block: 'Programa prevê parcelamento e escalonamento da dívida e dos juros para que empresas tenham condições de quitar contas'. At the bottom of the page, there are two smaller articles: 'CEI do Botuquara quer nova audiência pública sobre tema' and 'Telêmaco Borba deve ganhar sede do Instituto Médico Legal'. The page also features a 'NOVIDADE' section at the top left and a '7 O QUE' section at the bottom right.

Fonte: Reprodução da página 4 da edição 19.886 do JM, 02 a 04/09/2017.

No *DC*, os temas relacionados à política também aparecem com frequência: Político-institucional e Pessoa do político são assuntos de cinco e três textos, respectivamente. Educação é outro tema constante, com cinco textos. (Gráfico 23).

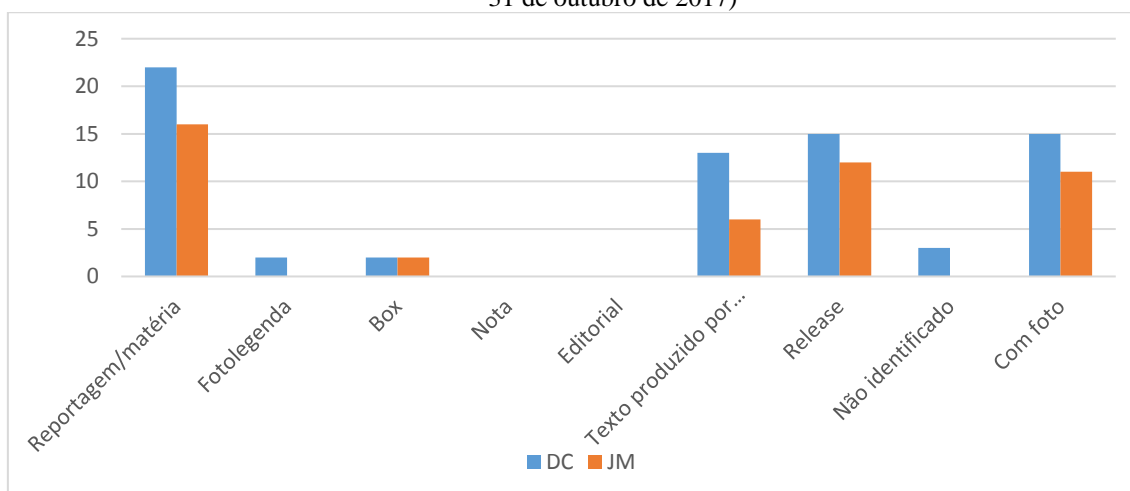
Gráfico 23 - Comparativo entre os temas tratados pelo DC e JM ao noticiar o município de Telêmaco Borba (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

Outra comparação pertinente entre os dois periódicos em relação à análise de Telêmaco Borba é quanto à produção dos textos. Enquanto no *DC* 41,9% dos textos são escritos pelos jornalistas, no *JM* esse percentual cai para 33,3%. (Gráfico 24). Porém, a produção própria não significa pluralidade de fontes. No *DC*, há 16 textos com apenas uma fonte e outros dez sem nenhuma. No *JM*, há oito notícias sem fontes e sete com uma fonte.

Gráfico 24 - Comparativo geral entre o DC e JM sobre notícias referentes a Telêmaco Borba (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018

A editoria que abre mais espaço para os acontecimentos telêmaco-borbenses no *DC* é Cidades, onde estão dispostas 11 notícias sobre o município, a maioria (seis) sobre Violência/Segurança. No período, foram noticiados sobre este tema furtos e roubos e também investigações em andamento. A Repórter C (2018) faz esta constatação: “bom, na parte policial, vejo muito Telêmaco Borba aparecendo”. A Figura 32 traz o exemplo de matéria sobre o assunto Violência/Segurança na cidade. A segunda editoria com maior presença de Telêmaco é Política, com seis textos.

Figura 32 - O tema mais frequente sobre Telêmaco no DC é Violência/Segurança, como neste exemplo

6A Ponta Grossa, quarta-feira, 04 de setembro de 2017

Previsão do Tempo
 Ponta Grossa
 Quarta 20/17
 Quinta 20/19
 Sexta 20/19

Campos Gerais
 1 - Presidente Prudente
 2 - Castro
 3 - Ortigaçuara
 4 - E. Borba
 5 - Sangão
 6 - Jaguariaíva

DC interativo
 As notícias mais lidas sobre no site do DC:
 5.15%
 3.60%
 2.62%

EDUCAÇÃO | O colégio *Alfa Plus* será construído em Ponta Grossa para ofertar, a partir de 2018, ensino bilíngue para crianças a partir de dois anos

PG terá Colégio bilíngue com investimento de R\$ 7 mi

LIAMIA SOUZA

A partir de 2018, Ponta Grossa contará com mais um colégio que utilizará o método de ensino bilíngue. A instituição *Alfa Plus* será construída na cidade e vai abrir suas portas a partir de 2018 para crianças a partir de dois anos na educação infantil, para alunos do ensino fundamental I e II, ensino médio e curso pré-vestibular.

O novo colégio pertence à instituição *Integral Plus*, existente há quatro anos em Ponta Grossa, que já oferta ensino médio e cursos pré-vestibulares. “Temos parte bônus da plataforma de ensino *Integra* e agora só vamos finalizar a marca *Alfa* na Ponta Grossa, através do lançamento de uma escola com ensino bilíngue, trazendo um preparatório forte das crianças para vida e para o futuro acadêmico”, diz o diretor do *Integral Plus*, Jorge Durby.

O *Alfa Plus* terá um investimento de R\$ 7 milhões e será construído próximo ao Fórum de Ponta Grossa. De acordo com o diretor, o local contará com dois portões de entrada pela Avenida dos Vereadores e pela Rua Leopoldo Cunha. “Toda a estrutura será feita em materiais qualificados e o espaço será atender 1,1 mil alunos.

“O novo colégio oferece um mínimo de funcionários”, ressalta. Para divulgar a proposta, o *Integral Plus* realizou, no mês de setembro (18), o lançamento da obra. O evento foi realizado no *Premium Vila Velha Hotel* e contou com cantadas e imagens do empreendimento. “A obra está na fase de terraplenagem e contará com 13 equipes de engenharia trabalhando para que toda obra concluída até o mês de dezembro/janeiro”, comenta Jorge.

EDUCAÇÃO
 A principal proposta do *Alfa Plus*.

Insegurança
Dois caminhões são furtados em menos de 30 minutos

Em menos de 30 minutos, dois caminhões foram furtados em Ponta Grossa. O primeiro crime ocorreu na manhã de segunda-feira (18), por volta das 7h30, na Rua Frei Thiago Luchini, bairro de Getônio. Segundo a Polícia Militar, um caminhão marca Scania foi levado de dentro de uma oficina. O veículo teria sido deixado no local para revisão no último domingo (17). De acordo com a PM, já por volta das 8 horas da manhã de segunda, um caminhão Mercedes-Benz foi furtado de dentro do estacionamento de um ferro-velho na Rua João Batista França e Silva, no bairro Rua Nova. O veículo teria sido deixado no local no final do último sábado (16). Porém, na segunda, o proprietário se dirigiu ao local para verificar o status do veículo e constatou que o caminhão havia sido levado. (L.S.)

Telemaco
Polícia Militar troca tiros com suspeito de tráfico

Polícia Militar trocou tiros com um suspeito de tráfico de drogas em Telemaco. A situação aconteceu na noite de segunda-feira (18) quando a PM recebeu uma denúncia de que um suspeito estaria comercializando drogas. Ao chegar ao local, os policiais detiveram um indivíduo e o suspeito se feriu. Para impedir a fuga, os policiais realizaram um tiroteio e atingiram quatro vezes em sua direção. Na residência havia outro suspeito que também fugiu pulando o muro de outra casa. A PM então selou o acesso de outras equipes na tentativa de localizar a dupla que segue foragida.

Análise realizada, a PM apreendeu uma motocicleta, um veículo Volkswagen Gol, além de trocas balísticas e uma arma de fogo. Todos os objetos foram encaminhados para a delegacia. (L.S.)

Matriúlas
 Para este ano, o colégio fará reserva de matriúlas para os pais que tenham interesse. Somente no mês de janeiro é que

Fonte: Reprodução da página 6A da edição 33.176 do DC, 02 a 04/09/2017.

No *JM*, as notícias sobre o município estão divididas em quatro editorias: Política, com seis textos; Cotidiano, com cinco; Dinheiro, também com cinco; e Bola, com dois.

A análise mais detalhada das notícias sobre os seis municípios da região que aparecem com maior frequência nos dois jornais de Ponta Grossa aponta para critérios de noticiabilidade diferentes entre o *Diário dos Campos* e o *Jornal da Manhã*. Isso fica bastante evidente quando se trata do assunto Violência/Segurança, que é o tema mais citado ao analisar todos os 25 municípios contabilizados nos dois meios de comunicação, objetos da pesquisa. Todavia, este não é o principal assunto que leva Carambeí, Castro, Jaguariaíva, Palmeira, Tibagi e Telêmaco Borba para as páginas internas do *JM*. Ou seja, estes municípios “privilegiados” não dependem de acontecimentos policiais para se tornar notícia no referido periódico. Em contrapartida, o *DC* valoriza o tema Violência/Segurança e ele é o que mais aparece quando se noticia

acontecimentos de Telêmaco Borba, Jaguariaíva e Castro (sendo que para Castro Violência/Segurança aparece na primeira posição empatado com Esporte).

A análise detalhada aponta ainda para uma dependência dos *releases*, cujo número ultrapassa o de conteúdo próprio para cinco dos seis municípios elencados. Apenas para registrar acontecimentos sobre Jaguariaíva é que os jornais não se apegam tanto às assessorias e produzem mais textos na comparação com os *releases* publicados. Aí podem aparecer dois fatores que justificam: a) a importância política da cidade para os Campos Gerais, uma vez que o prefeito, na época da pesquisa, era o presidente da AMCG; b) uma suposta ineficiência das assessorias de comunicação locais em relação à demanda dos jornais.

Outro ponto a se destacar nesta análise pormenorizada é a preferência por reportagens/matérias em ambos os jornais. Teoricamente, este formato de conteúdo costuma atrair mais o leitor e, principalmente, demonstra certo privilégio de espaço dentro do jornal para o devido assunto e/ou município. Na mesma lógica, ressalta-se também a presença constante de imagens nas matérias.

Para complementar a discussão sobre os resultados da análise acerca dos municípios dos Campos Gerais nas páginas internas, apresenta-se o Quadro 4 a fim de apontar os assuntos que levam os três municípios com menor cobertura noticiosa recebida pelos jornais durante o período de setembro e outubro de 2017.

Quadro 4 - Comparativo entre os temas dos municípios que menos aparecem na cobertura noticiosa do Diário dos Campos e Jornal da Manhã (1º de setembro de 2017 a 31 de outubro de 2017)

	<i>DIÁRIO DOS CAMPOS</i>	<i>JORNAL DA MANHÃ</i>
REBOUÇAS	1 Pessoa do Político 1 Economia 1 Meio ambiente TOTAL: 3	
FERNANDES PINHEIRO	1 Pessoa do Político 1 Economia 1 Acidentes/fatos inesperados TOTAL: 3	1 Político-institucional TOTAL: 1
CURIÚVA	1 Pessoa do Político 1 Político-institucional TOTAL: 2	1 Pessoa do Político 1 Político-institucional TOTAL: 2

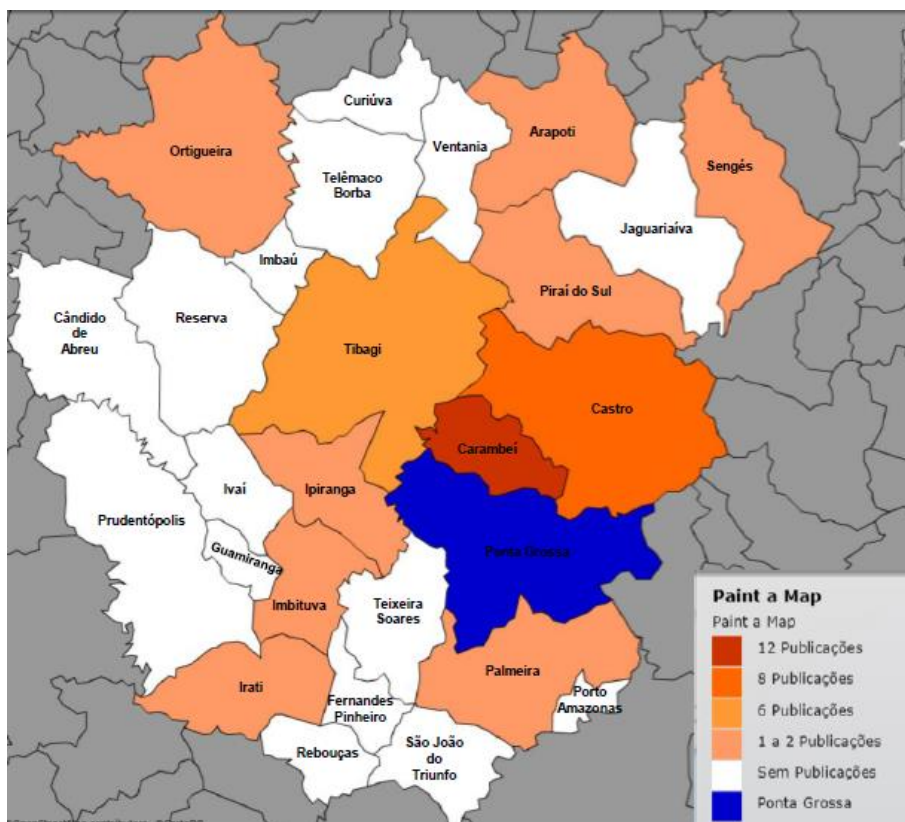
Fonte: Autora, 2018

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas na presente pesquisa apontam para diversas considerações, que não necessariamente precisam ser “finais”. O estudo indica algumas “lacunas” que podem ser sanadas com a prática de um jornalismo mais engajado e regionalizado, como será sugerido no decorrer deste tópico.

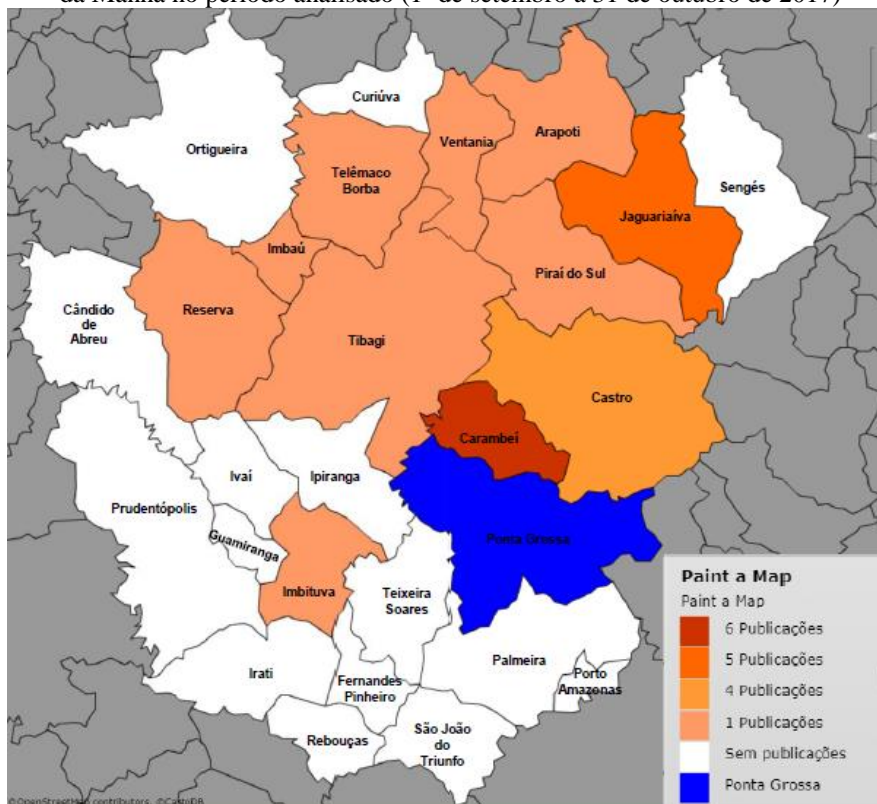
No início do presente estudo, várias críticas ao jornalismo praticado pelos dois meios de comunicação pesquisados apareceram, tanto por parte da autora e do orientador quanto de demais colegas da academia. De antemão, o que alguns afirmavam era que não havia cobertura regional – o que não se confirmou no resultado deste estudo. Por isso, importante ressaltar um trecho citado por Dornelles (2013, p. 67): “é bem mais fácil encontrar críticas ao jornalismo praticado no interior do que propostas para contornar problemas que afetam a qualidade do noticiário”. Foi com este último propósito que a presente pesquisa se desenvolveu, a começar com os dados estatísticos (Figuras 33 a 36) e algumas pretensas inferências.

Figura 33 - Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes na capa do Diário dos Campos no período analisado (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



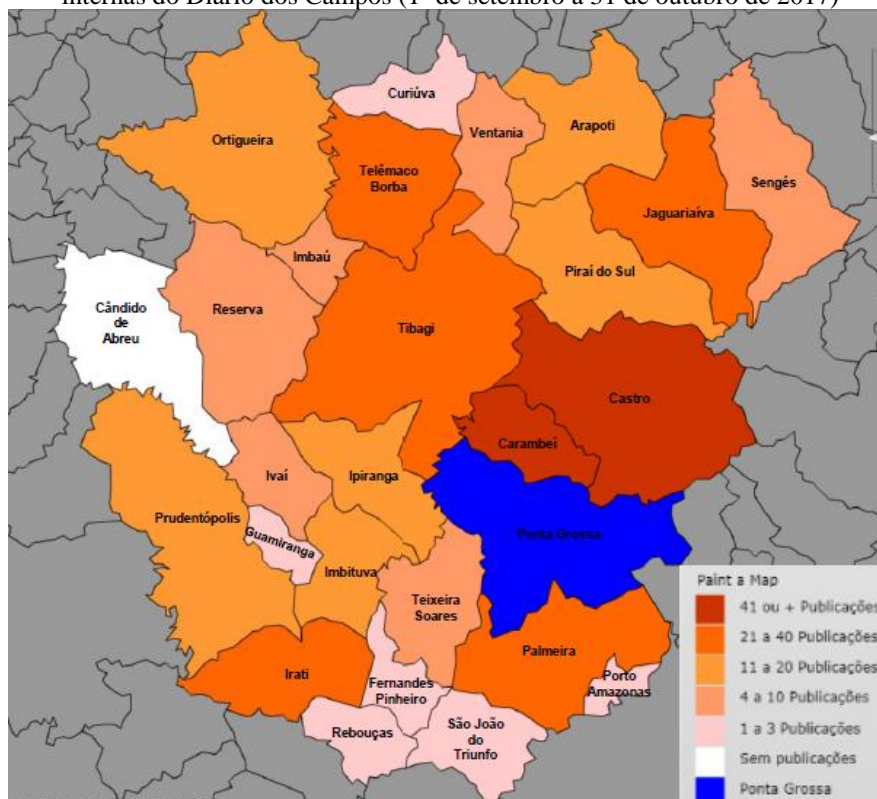
Fonte: Autora, 2018.

Figura 34 - Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes na capa do Jornal da Manhã no período analisado (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



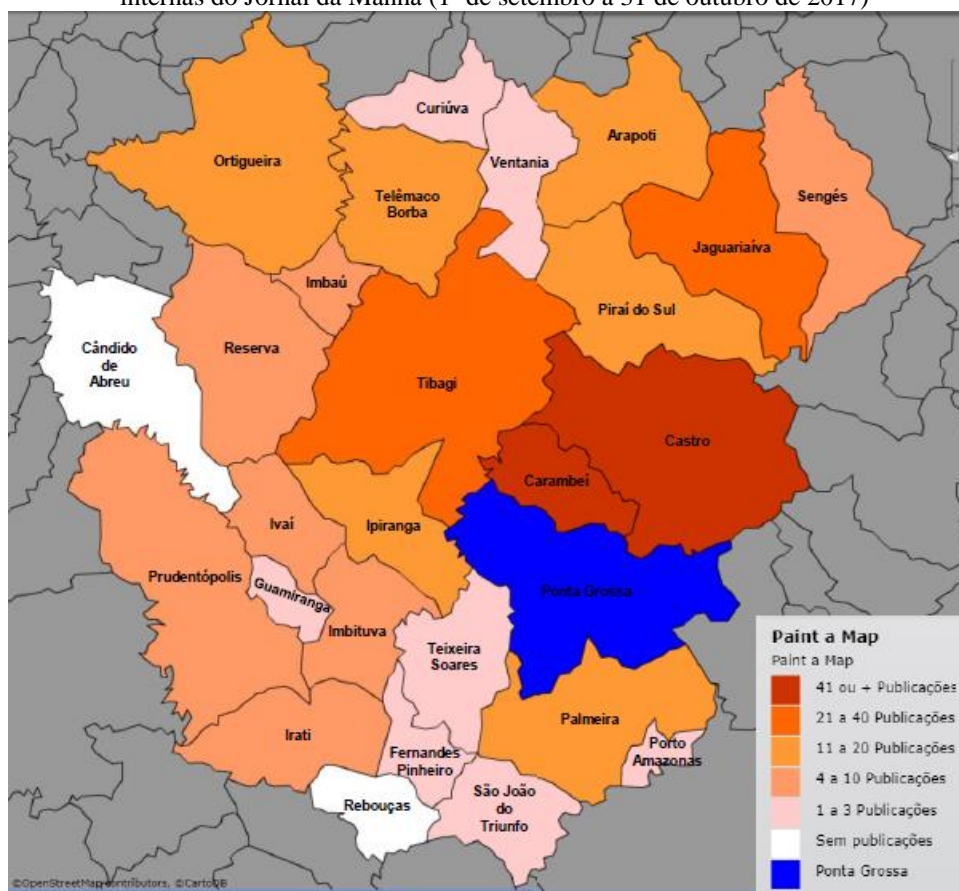
Fonte: Autora, 2018.

Figura 35 - Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes nas páginas internas do Diário dos Campos (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018.

Figura 36 - Mapa aponta, em escala de cores (da mais forte à mais fraca), municípios presentes nas páginas internas do *Jornal da Manhã* (1º de setembro a 31 de outubro de 2017)



Fonte: Autora, 2018.

Primeiramente, o estudo – baseado na análise de conteúdo de 40 edições do *Diário dos Campos* e 40 do *Jornal da Manhã*, nas observações nas redações dos periódicos e nas entrevistas com jornalistas – demonstra que a cobertura noticiosa dos municípios que integram a Região dos Campos Gerais do Paraná ocorre nos dois jornais diários impressos de Ponta Grossa, objetos da pesquisa. Todavia, sente-se a ausência de contextualização dos textos, que acabam muitas vezes sendo esparsos e pontuais sobre os municípios, como notícias específicas de determinado assunto que só diz respeito a uma referida cidade. Por exemplo, reforma de uma escola municipal de Arapoti; atendimento odontológico no posto de saúde de um bairro de Palmeira; uma briga sem resultado morte no interior de Castro. O que esses assuntos têm de significância para os moradores das demais cidades da região?

A sugestão é contextualizar os assuntos para que tenham traços de regionalidade: a reforma da escola de Arapoti contou com dinheiro do Estado?; outras escolas da região também estão passando por obras?; em cidades vizinhas também há atendimento odontológico nas unidades de saúde?; por que ocorreu a briga?; são motivações muito próprias de Castro ou podem ser ampliadas?; quantas ocorrências de briga a polícia atende na região?

O leitor de hoje não quer apenas saber o que acontece à sua volta, mas assegurar-se da sua situação dentro dos acontecimentos. Isso só se consegue com o engrandecimento da informação a tal ponto que ela contenha os seguintes elementos: a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro. (DINES, 2009, p. 108).

Além disso, constata-se matérias que, sem contextualização, visam atingir interesses específicos, seja do jornal ou de terceiros. Por exemplo, Jaguariaíva comemora aniversário com a entrega de obras; deputado “x” visita Piraí do Sul; Governo inaugura obra em Castro. Essa situação foi comentada informalmente à pesquisadora por um dos repórteres durante o período de observação na redação de um dos jornais (última semana de setembro e primeira semana de outubro de 2017). Ele disse que a orientação é atender as prefeituras parceiras e, eventualmente, boicotar as prefeituras que não são parcerias, já que as questões comerciais influenciam no jornal.

O que se percebe é que são raras as notícias que apontam para uma coletividade da região, ou seja, que indicam a existência de uma identidade dos Campos Gerais. Algumas exceções são observadas nas matérias sobre Economia, por conta do agronegócio ser uma das principais fontes de riqueza na região; além disso, destaca-se também a presença das Cooperativas Frísia, Castrolanda e Capal, localizadas em Carambeí, Castro e Arapoti, respectivamente, mas que possuem cooperados em diversas cidades vizinhas. A regionalização, em termos de notícia dos jornais, se dá ainda por conta de órgãos regionais como, por exemplo, Associação dos Municípios dos Campos Gerais, Hospital Regional, Receita Federal, Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Em contrapartida, assuntos particulares de determinado município podem ter relevância para as demais cidades. Um exemplo, nesse sentido, são os textos sobre o Festival de Tortas de Carambeí. Pela sua mobilização para fomentar o turismo, o evento pode sim atrair turistas de outras regiões que, por sua vez, podem embarcar na descoberta de outros roteiros turísticos nas cidades vizinhas, como Castro, Tibagi e Ponta Grossa. Economicamente, trata-se de uma estratégia sustentável para a região e quem também tem chance de ganhar com isso são os jornais. O Carnaval de Tibagi, muito famoso no Paraná, é outro acontecimento de interesse regional, embora seja um evento local.

Outra constatação a que se chega é que os jornais não ouvem a comunidade regional. São raras as vezes em que outro ator que esteja fora das instituições ditas “oficiais” seja ouvido enquanto fonte de informação, embora concorde-se com Dornelles (2013), para quem a relação com as fontes oficiais é importante no contexto do jornalismo de interior. Todavia, a pluralidade de fontes contribui para a credibilidade da informação e é um dos pilares do bom jornalismo.

A grande dependência dos *releases* é outro entrave para a realização de um jornalismo regional com mais qualidade. No intuito de garantir uma suposta cobertura noticiosa, os periódicos analisados acabam inserindo, até sem editar, os textos que chegam das assessorias. Não se apura, não se contextualiza e, principalmente, não se “regionaliza” a informação. A prática dos meios de comunicação indica, sobretudo, uma “necessidade” de que certos municípios estejam presentes nas páginas do jornal, independentemente do assunto, de sua relevância para a comunidade local e regional.

Ainda dentro da questão dos *releases*, importante salientar a presença quase que diária de textos oriundos das assessorias de políticos com cargos eletivos, entre eles, deputados estaduais e federais e governadores do Estado. Nada contra a presença destes políticos nas cidades dos Campos Gerais – isso faz parte do processo democrático, assim como faz parte seus assessores informarem os meios de comunicação e, conseqüentemente, os eleitores. O problema está na forma como o *release* é tratado, ou melhor, não tratado pelos jornais. O *release* precisa ser entendido como sugestão de pauta para os jornalistas e não como o texto pronto para ser inserido, como aponta Santana (2013, p. 159):

os jornais do interior do País, ao (re) adotar a reportagem como prática, colocariam o *release* em seu devido lugar: o de simples auxiliar no extenso e complexo processo que é o da investigação jornalística. Os ganhos éticos e qualitativos, certamente, justificam o esforço.

A cobertura regional exercida pelos jornais impressos ponta-grossenses é, ainda, amena, ou seja, dificilmente são abordados temas mais polêmicos e provocadores sobre os municípios. Contudo, esse tipo de jornalismo é uma prática comum até fora do Brasil, como assinala Tétu (2002, p. 440-441) ao analisar a realidade regional de jornais franceses:

O que mais choca quando de uma leitura atenta das páginas locais é a ausência *quase* total de conflitos que, entretanto, constituem uma dimensão central da vida desses grupos, como se tudo o que é o objeto de uma disputa real de poder se encontrasse neles afastado em prol do espetáculo da concordância, que encontra nas manifestações culturais ou festivas seu símbolo mais significativo. Nessas páginas, a informação parece, desta forma, querer ser certificadora, demonstrativa, banalizante e promocional.

A falta de uma “regionalidade” mais específica, contextualizada, deixa margem a uma questão levada aos jornalistas por meio das entrevistas realizadas na pesquisa: a intenção do jornal em que você trabalha é informar os ponta-grossenses sobre os fatos da região ou informar os moradores da referida cidade sobre os acontecimentos? Todos os jornalistas responderam que a ideia é informar ambos. Mas, voltando aos exemplos anteriores, o que interessa ao morador de Ponta Grossa que uma determinada unidade de saúde de um bairro de Palmeira oferece tratamento odontológico?

Pode-se considerar, de certa forma, a existência de um comodismo por parte dos jornalistas em apenas aproveitar os *releases* que chegam na tentativa de alcançar uma cobertura noticiosa regional. Todavia, há também a questão empresarial dos referidos meios de comunicação, que nem sempre têm interesse em determinados municípios, seja por questões políticas ou comerciais – como já explicitado –, ou por não disponibilizarem meios para a realização de um jornalismo com maior qualidade na cobertura regional, seja com oferta de veículo de locomoção para os jornalistas, equipamentos, etc.

Nesta pesquisa, observa-se que há, efetivamente, uma preocupação de ambos os jornais em apresentar em suas páginas acontecimentos de cidades vizinhas a Ponta Grossa. Contudo, essa “representação” da realidade regional pode ser mais efetiva, contando com notícias mais contextualizadas, abrangentes e com alcance regional, a fim de construir uma identidade para os Campos Gerais por meio da imprensa.

Como debatido neste estudo, o jornalismo do interior tem sua pertinência e exerce um importante e insubstituível papel para a democracia. São em jornais como o *Diário dos Campos*, o *Jornal da Manhã* e tantos outros que são noticiados fatos que jamais seriam de interesse de um jornal de abrangência nacional ou mesmo estadual. E é por isso que essa imprensa merece e precisa ser valorizada, apesar dos percalços.

Uma das maneiras de garantir a qualidade na cobertura noticiosa desses periódicos, além da busca incessante da qualificação profissional – algo que, é preciso ressaltar, os jornais de Ponta Grossa consideram essencial, uma vez que só contratam jornalistas com formação acadêmica – é abrir espaço de manifestação para os cidadãos dos Campos Gerais. Além de ampliar o leque de possibilidades de pautas interessantes e importantes (FERNANDES, 2013), auxilia no fortalecimento e na busca por políticas públicas de interesse regional. Portanto, a sugestão que se coloca aqui é o jornalismo público, cívico ou cidadão, como já existiu no próprio *Jornal da Manhã*. “É um desafio para a imprensa do interior, que também deve incentivar o debate público e participação dos membros da comunidade local, prática impensável para os ‘grandes’ meios de comunicação”. (COLUSSI, 2013, p. 188).

O jornalismo cívico também é visto como alternativa para a sobrevivência dos jornais impressos, os quais muitos consideram ameaçados por outros meios de comunicação mais modernos. Neste sentido, Meyer (2007) argumenta que a ligação mais próxima com a comunidade aliada à credibilidade do meio de comunicação garante a este uma influência e esta influência é o segredo do sucesso. Para ele, a influência de um jornal na comunidade é um “bem que pode ser criado e mantido apenas pelo conteúdo editorial de alta qualidade e geograficamente específico”. (MEYER, 2007, p. 72). Por isso, o autor diz que “zonestar é o

caminho óbvio. Outro é encorajar a participação dos cidadãos nos assuntos de uma comunidade maior, um objetivo do movimento do jornalismo cívico”. (MEYER, 2007, p. 71).

Moreira e Deolindo (2013) destacam a potencialidade econômica para se gerir meios de comunicação em cidades do interior, como Ponta Grossa.

Os centros regionais, assim como as cidades notadamente metropolitanas, atraem investimentos midiáticos por terem potencial de operar, guardadas as devidas proporções, como laboratórios para o lucro, a criatividade, o exercício das linguagens e, sobretudo, de cooperar na construção de um ambiente comum. (MOREIRA; DEOLINDO, 2013, p. 20).

Dines (2009) também defende o investimento no jornalismo regional de interior.

A criação de facilidade para a distribuição, bem como o estímulo à implantação de pequenos jornais regionais, permitiria que o consumo de jornais, revistas e livros no Brasil atingisse cifras compatíveis com a sua população alfabetizada. A imprensa regional, especialmente, pode vir a ser o maior incentivador do processo cultural brasileiro. Serviria igualmente como meio absorvedor da mão de obra especializada que sai das universidades e vai disputar nas metrópoles vagas no mercado de trabalho, em geral nos grandes veículos, aviltando assim - pelo excesso de oferta - o nível dos salários. (DINES, 2009, p. 147).

A pesquisa com o *DC* e com o *JM* demonstra a relevância que ambos dão aos municípios no entorno de Ponta Grossa. Por ser um recorte, obviamente, não se buscou, neste estudo, elementos para apontar o consumo dos periódicos pelos moradores da Região dos Campos Gerais, tampouco mais detalhes sobre a distribuição deles nas cidades. Isso se deve ao fato de o presente estudo restringir-se a análise do produto final, ou seja, a edição finalizada, e alguns traços do processo de produção da notícia, por meio das observações nas redações e das rotinas dos jornalistas. Portanto, abrem-se caminhos para outras pesquisas voltadas ao jornalismo nos Campos Gerais, tendo outros objetos de estudo, como práticas de jornalismo regional nas demais plataformas (on-line, radiofônico, televisivo, etc), e estudos de recepção.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, S. **Territórios do jornalismo: geografias de mídia local e regional no Brasil**. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2016. 246 p.
- ALDÉ, A. **A versão da audiência: explicações para a política no discurso do senso comum**, 2002. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/22-encontro-anual-da-anpocs/gt-20/gt08-16/5093-alessandraalde-a-versao/file>>. Acesso em: 25 jun. 2017.
- ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ANTUNES, Elton. Enquadramento: considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia. **Galáxia**, São Paulo, n. 18, dez. 2009, p.85-99.
- ASSIS, F. (org) **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013a. 24 p.
- ASSIS, F. Por uma geografia da produção jornalística: a imprensa do interior. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36, 2013b, Manaus. **Resumo...** Manaus: Intercom, 2013b. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/r8-0810-2.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2018
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 226 p.
- BARROS, A.; JUNQUEIRA, R. A elaboração do projeto de pesquisa. In: MALDONADO et al. **Metodologias da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2001. p. 32-49.
- BARSOTTI; Adriana. Extra! Extra! As origens da primeira página moderna no jornalismo brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38, 2015, Rio de Janeiro. **Resumos...** Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2787-1.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2017.
- BAUER, M. W. Análise de Conteúdo Clássica. In: BAUER, M.; GASKELL, G.. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 189-217.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G., ALLUM, N. C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, M. W., GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 17-36.
- BELTRÃO, L. O jornalismo interiorano a serviço das comunidades. In: ASSIS, F. **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 23-43.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- BEZERRA, H. D.. **Cobertura jornalística e eleições majoritárias: proposta de um modelo analítico**. 2005. 341 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

BOURDIEU, P. The political field, the social science field and the journalistic field. In: BENSON, R; NEVEU, E. **Bourdieu and journalistic field**. London/ Malden: Polity Press, 2005. p. 29-47

BRONOSKY, M. E.. **Manuais de redação e jornalistas: estratégias de apropriação**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2010.

BUENO, W. C. Jornal do interior: conceitos e preconceitos. In: ASSIS, F. **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 45-65

BURGUESS, R. G. **A pesquisa de terreno**. Celta Editora, 1997. 262 p.

CAMPOS JR., R. **A cobertura sobre o interior de Mato Grosso de Sul pela imprensa de Campo Grande**. Campo Grande, Mato Grosso do Sul. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2016.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Periódicos. Disponível em <http://www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em 17 set. 2017.

CERVI, E. Métodos quantitativos nas ciências sociais: uma abordagem alternativa ao fetichismo dos números e ao debate com qualitativistas. In: BOURGIGNON, J. **Pesquisa social: reflexões teóricas e metodológicas**. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2009a, p. 125-143.

CERVI, E. Eleições e variedades nas primeiras páginas de dois jornais regionais: análise dos critérios de visibilidade e temáticos em dois periódicos diários do Paraná. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación**, v. 9, n. 2, 2009b. Disponível em http://www.cpop.ufpr.br/cpop/producoes/46/2009_artigo_eleicao_governador06_eptic.pdf. Acesso em 28 nov.18.

COLUSSI, J. Política, debate e participação no jornalismo do interior. In: ASSIS, F. de (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

DEOLINDO, J. da S. **Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia no interior fluminense**. 2016. 341 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

DICIONÁRIO HISTÓRICO E GEOGRÁFICO DOS CAMPOS GERAIS. Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa. Disponível em: http://www.uepg.br/dicion/campos_gerais.htm. Acesso em: 03 dez. 2018.

DINES, A. **O papel do jornal: e a profissão de jornalista**. 9. ed. São Paulo: Summus, 2009.

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

DORNELLES, B. O futuro do jornalismo em cidades do interior. **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 67-85

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

EDITOR A. **Entrevista concedida a Edilene dos Santos Ogura**. Ponta Grossa, 18 out.2018. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “A” desta dissertação].

EDITOR B. **Entrevista concedida a Edilene dos Santos Ogura**. Ponta Grossa, 22 out.2018. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “B” desta dissertação].

ENTMAN, R. Framing: toward clarification of fractured paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, Set/Dez, 1993, p. 51-58.

ENTMAN, R.; MATTHES, J.; PELLICANO, L. Nature, sources and effects of news framing. In: WAHL-JORGENSEN, Karin; HANITZSCH, Thomas. **The handbook of journalism studies**. New York: Routledge, 2009. p. 175-190.

FERNANDES, M. L. **A Força do Jornal do Interior**. Itajaí: Editora da Universidade do Vale do Itajaí, 2003. 225 p.

FERNANDES, M. L. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. In: ASSIS, F. **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 103-136.

FISHMANN, M. **La fabricación de la noticia**. Buenos Aires: Três Tiempos, 1983. p. 9-35

GADINI, S. L. **Tematização e agendamento cultural nas páginas dos diários portugueses**. 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/gadini-sergio-jornalismo-cultural-diarios-portugueses.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2017.

GADINI, S. L. (org.) **Retratos de mídia regional no Paraná**. Ponta Grossa: Agência de Jornalismo UEPG, 2011.

GARDINAL, S. C.; GADINI, S. L. Como a TV filtra a notícia? A produção jornalística na *RPC* dos Campos Gerais do Paraná. In: OLIVEIRA, H. G. de; BECKER, M. L. **Jornalismo em tempo de complexidade**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2016.

GOFMANN, E. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 23-44.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**. Fundamentos da Ciência dos Jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011. 460 p.

GUBA, E. **The Paradigm Dialog**. London: Sage, 1990.

GUERRA, J. L. Uma discussão sobre o conceito de valor-notícia. In: SILVA, G., SILVA, M. P., FERNANDES, M. L. (orgs). **Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014. p. 39-49.

HAESBAERT, R. Região, regionalização e regionalidade: questões contemporâneas. **Antares Letras e Humanidades**, Caxias do Sul, n. 3, jan-jun, 2010. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/antares/article/view/416>>. Acesso em: 21 nov. 2018.

HOLOWATE, I. Ponta Grossa e o Diário dos Campos: nascimento do jornalismo pontagrossense. In: ENCONTRO REGIONAL SUL DA HISTÓRIA DA MÍDIA, 6, 2016, Ponta Grossa. Anais... Ponta Grossa: Alcar Sul, 2016. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/sul/6o-encontro-2016/historia-da-midia-imprensa/ponta-grossa-e-o-diario-dos-campos-o-nascimento-do-jornalismo-ponta-grossense/view>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

HOHLFELDT, A. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (org.) **Teoria da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, Vozes, 2011. p. 187-240.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Divisão regional do Brasil em Mesorregiões e microrregiões geográficas**. Rio de Janeiro, IBGE, 1990. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/DRB/Divisao%20regional_v01.pdf>. Acesso: em 17 nov. 2017.

LIMA, M. E. O. Regionalização midiática: conceitos e exemplos. In: MARÇOLLA, R.; OLIVEIRA, R. R. (org.). **Estudos de mídia regional, local e comunitária**. Marília: Unimar, São Paulo: Arte & Ciência, 2008.

LONARDONI, M. “Aconteceu, virou manchete”: um estudo dos vetores de manchetes jornalísticas. In: VASCONCELOS, S. I. C. C. (org.). **Os discursos jornalísticos: manchete, reportagem, classificados & artigo**. Itajaí: Editora da Univali; Maringá: Eduem, 1999. p. 107-137

LUCINI, P. **Terra de riquezas: desenvolvimento econômico: anuário socioeconômico dos Campos Gerais**. Ponta Grossa: Prisma, 2017.

MCCOMBS, M.. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009.

MELO, J. M. de., ASSIS, F. de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, jan./abr. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/interc/v39n1/1809-5844-interc-39-1-0039.pdf>>. Acesso em: 26 nov.2018.

MENDES, G.. A construção da notícia sob a ótica etnográfica: contribuições da antropologia para os estudos de jornalismo. In: **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo, v. 34, n. 2, p. 283-303, jan/jun 2013. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/.../2790/3328>>. Acesso em: 1 mai. 2017.

MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. Tradução: CIA, P. de. São Paulo: Contexto, 2007.

MOREIRA, S. V.; DEOLINDO, J. S. Mídia, cidade e interior. **Revista Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p.19-30, 2013. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6958>>. Acesso em: 12 jun. 2017.

MOURA FILHO, W. J. S. **Aspectos de regionalização na imprensa piauiense: olhar sobre o editorial dos jornais *O Dia*, *Meio Norte* e *Diário do Povo***, Teresina, Piauí. 2014, 131 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014.

OGURA, E. S.; GADINI, S. L. **A (curta) primavera de um jornalismo público no Paraná: os 10 anos da experiência de um projeto editorial na região dos Campos Gerais**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41, 2018, Joinville. **Anais...** Joinville: Intercom, 2018 Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0838-1.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2019

OLIVEIRA, R. R. de. TV local: entre a comunidade e o negócio. In: MARÇOLLA, R.; OLIVEIRA, R. R. (org.). **Estudos de mídia regional, local e comunitária**. Marília: Unimar, São Paulo: Arte & Ciência, 2008. p. 175-198.

PEREIRA JR., A. E. V. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EdipucRS, 2000.

PERUZZO, C. K. Prefácio. In: ASSIS, F. (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013, p. 9-12.

PERUZZO, C. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 2005. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/download/8637/6170>>. Acesso em: 17 jan. 2019.

PIMENTA, A. et al. **Atlas da notícia: deserto de notícias: um panorama do jornalismo local e regional no Brasil**. 1ª edição – novembro de 2017. Disponível em: <<https://github.com/voltdatalab/Atlas-Analytics/blob/master/Atlas%20da%20Not%20%ADcia%20-%20resultados.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

PIMENTEL, A. S.; TEMER, A. C. R. P. Newsmaking in portuguese: uma discussão das hipóteses de Gaye Tuchman no contexto brasileiro. **Comunicação & Informação**, v. 15, n. 2, 2012. p. 116-132. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/23116>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

PONTES, F. S.; SILVA, G. Mídia noticiosa como material de pesquisa: recursos para o estudo de produtos jornalísticos. In: BOURGUIGNON, J. A.; OLIVEIRA JUNIOR, C. R. (org.). **Pesquisa em ciências sociais: interfaces, debates e metodologias**. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2012, p. 49-77.

REIS, T. A. Jornalismo Regional: uma leitura a partir dos critérios de noticiabilidade do jornal O Progresso. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 15, n. 1, p. 62-72, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2018v15n1p62/37315>>. Acesso em: 11 jan. 2019.

REPÓRTER A. **Entrevista concedida a Edilene dos Santos Ogura**. Ponta Grossa, 18 out.2018. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “C” desta dissertação].

REPÓRTER B. **Entrevista concedida a Edilene dos Santos Ogura.** Ponta Grossa, 18 out.2018. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “D” desta dissertação].

REPÓRTER C. **Entrevista concedida a Edilene dos Santos Ogura.** Ponta Grossa, 19 out.2018. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “E” desta dissertação].

REPÓRTER D. **Entrevista concedida a Edilene dos Santos Ogura.** Ponta Grossa, 18 out.2018. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “F” desta dissertação].

REPÓRTER E. **Entrevista concedida a Edilene dos Santos Ogura.** Ponta Grossa, 1º nov.2018. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “G” desta dissertação].

ROCHA, P. M; ZAUITH, G. O jornalismo no interior e as tendências da imprensa no século XXI. In: SAVENHAGO, I. (org). **Jornalismo regional: estratégias de sobrevivência em meio às transformações da imprensa.** Jundiaí: Editorial, 2012. p. 53-63.

SANTANA, A. Jornalismo de *release* na imprensa do interior: flertes com o “homem cordial”.In: ASSIS, F. (Org). **Imprensa do interior: conceitos e contextos.** Chapecó: Argos, 2013. p. 137-162

SANTOS, D. R.; CASTRO, J. M. Jornalismo do interior: características, estigmas e seu papel na sociedade. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 9., 2013, Ouro Preto. **Anais...** Ouro Preto: ALCAR, 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/jornalismo-do-interior-caracteristicas-estigmas-e-seu-papel-na-sociedade>>. Acesso em: 30 nov. 2018.

SCHMITZ, A. A. **Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo.** Florianópolis: Combook, 2011.

SCHOENHERR, R.; GADINI, S. L. Estratégias regionais de produção jornalística: uma proposta de estudos de casos em mídia impressa no Paraná. **Revista Eptic**, Aracaju, v. 18, n. 3, p. 51-62, 2016.

SCHUTZ, A. El ciudadano bien informado. Ensayo sobre la distribución social del conocimiento. In **Estudios sobre teoría social.** Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2014

SHOEMAKER, P.; VOS, T. P. **Teoria do Gatekeeping: seleção e construção da notícia.** Porto Alegre: Penso, 2011.

SHOEMAKER, P. Prefácio. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (org.) **Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações.** Florianópolis: Insular, 2014, p. 15-18.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: **Estudos de jornalismo e mídia**, vol. II, nº 1, 1º semestre de 2005. p. 95-107. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

SILVA, G. Fenômeno Noticioso: objeto singular, natureza plural. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 6, n. 9, p. 9-15, jul/dez 2009.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (org). **Critérios de noticiabilidade**: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014, p. 51-69.

SILVA, L. C. Desafios e caminhos possíveis para uma nova concepção de imprensa do interior. In: ASSIS, F. de (org.). **Imprensa do interior**: conceitos e contextos. Chapecó: Argos, 2013. P: 87-101.

SILVA, M. P. Perspectivas históricas da análise da noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. **Critérios de noticiabilidade**: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014, p. 25-38.

SILVA, R. S. **Controle remoto de papel**: o efeito zapping no jornalismo impresso diário. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

TÉTU, J-F. A informação local: espaço público local e suas mediações. In: PORTO, S. D (org.). **O jornal**: da forma ao sentido. 2 ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p. 431-448.

TRAQUINA, N. Teorias das notícias: o estudo do jornalismo no século XX. In: TRAQUINA, N.; CABRERA, A.; PONTE, C.; SANTOS, R. **O jornalismo português em análise de casos**. Lisboa: Caminho, 2001.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

TUCHMAN, G. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (org). **Jornalismo**: questões, teorias e história. Florianópolis: Insular, 2016. p. 111-131.

TRAQUINA, N. **La producción de la noticia**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983. p. 196-232.

VALA, J. Análise de conteúdo. In: SILVA, A. S. S.; PINTO, J. M. **Metodologia das Ciências Sociais**. 11. ed. Porto: Afrontamento, 2001. p. 101-128.

VARJÃO, S. **Micropoderes, macroviolências**. Salvador: EDUFBA, 2008. 214 p.

WOLF, M. **Teorias da comunicação de massa**. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.

APÊNDICE A - ENTREVISTA COM O EDITOR A

Entrevistadora - **Há quanto tempo trabalha no jornal?**

Editor A - Entre idas e vindas, dez anos.

Entrevistadora – **E no jornalismo?**

Editor A – 12 anos

Entrevistadora - - **Quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos? Castro, por exemplo, a ideia é informar os castrenses ou os ponta-grossenses?**

Editor A - Hum... Acho que os dois. Às vezes, é, depende da notícia... os castrenses... às vezes, quem é de fora também para, tipo, ponta-grossenses vamos dizer.

Entrevistadora - **Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais?**

Editor A - Eu acho que atualmente Ponta Grossa, apesar de que a gente tem notícia da região, mas é mais notícia de Ponta Grossa mesmo.

Entrevistadora -**Seria Campos Gerais, Ponta Grossa e Estado, nessa hierarquia?**

Editor A - Ponta Grossa, Campos Gerais e Estado em termos de volume. Tô pensando mais em volume de notícia produzida.

Entrevistadora - **Os repórteres fazem cobertura *in loco* em cidades da região? Se sim, como? Se não, por quê?**

Editor A - Hum... Algumas vezes.

Entrevistadora - **E como que acontece essa cobertura?**

Editor A - Geralmente é com eventos bem específicos, tipo eventos, alguma pauta já meio pré-agendada, ou casos excepcionais, tipo um caso ou outro excepcional, pauta policial ou coisa assim, mas é mais difícil. Mais agenda política e econômica que é feito na região, *in loco*.

Entrevistadora - **E por que não acontece a cobertura de ir até os locais?**

Editor A - Por questão de logística mesmo, estrutura também. Se deslocar até uma cidade vizinha toma tempo, aí não tem quem possa cobrir aqui também, aí a pessoa fica muito tempo fora. Questão mais de logística mesmo que é um empecilho. O maior empecilho é esse.

Entrevistadora - **O jornal possui correspondentes nas cidades vizinhas?**

Editor A – Não.

E contatos?

Editor A - Contatos tem. Sempre tem alguém que ceda foto, por exemplo. Às vezes acontece alguma coisa, já aconteceu, não teve como ir para lá, aí tem o contato que passa, cede foto, contato mesmo de fonte, que passa informação.

Entrevistadora - **Isso em todas as cidades da região ou só algumas?**

Editor A - Acho que, não vou dizer algumas. A maioria tem, nem que seja, por exemplo, uma assessoria de imprensa, uma ou mesmo algum outro contato de meio de comunicação local, coisa assim.

Entrevistadora - **Em quais cidades que acontece isso, que você consegue lembrar, umas cinco, por exemplo?**

Editor A - Piraí, Arapoti, Castro, Carambeí. São as que eu lembro de cabeça que tem contato mais forte.

Entrevistadora - **Como funciona essa relação de “troca”, é pago algum valor?**

Editor A – Não. É cessão mesmo.

Entrevistadora - **Só de imagem? Tem texto também que eles mandam?**

Editor A – O texto é a assessoria de imprensa.

Entrevistadora - **Quais municípios o senhor acha que estão mais presentes no jornal, além de Ponta Grossa?**

Editor A – Castro e acho que Carambeí.

Entrevistadora – **Me passe mais uns três**

Editor A - Irati, Palmeira. Ultimamente Irati tá saindo até mais, Palmeira também. Telêmaco Borba. Se fosse colocar na ordem de volume de notícia que tem, essa aí mesmo. Talvez Tibagi um pouco mais para trás.

Entrevistadora - **Por que a preferência por alguns municípios em detrimento de outros?**

Editor A - Aí varia da notícia, mas, às vezes, é pelo critério de noticiabilidade mesmo, questão da relevância que a gente dá para o fato mesmo. O fato que aconteceu em Telêmaco foi mais relevante que o fato que aconteceu em Castro, por exemplo. Outras questões, população e proximidade. Castro e Carambeí estão bem mais próximas e tal.

Entrevistadora – **E usa bastante release?**

Editor A – Sim. A gente usa bastante release.

Entrevistadora - **E existe uma relação entre as cidades que mais aparecem com as que mandam mais release?**

Editor A - Acho que sim. Não sei te precisar. Estou pensando aqui que a gente tem aquele Caderno Regional, que é um material que vem das prefeituras basicamente. Geralmente é o que

a gente sempre pede, vai atrás. Mas o que tem prioridade mesmo é o pessoal que disponibiliza material.

Entrevistadora - E quais os assuntos que mais levam os municípios a serem pauta?

Editor A - Ah... Factual, policial, político e econômico. Na ordem seria polícia, política e economia. Apesar de que também a gente põe bastante serviço. Quando tem, tipo, falta d'água em Irati, fechamento de rodovia, bloqueio, concurso em Jaguariaíva... Serviços ultimamente a gente tá investindo bastante nesse tipo de matéria na região. A gente tá dando bastante ênfase nisso também.

Entrevistadora - Considerações:

Editor A - Apesar do jornal ser regional, ainda acho que poderia ter um trabalho bem mais amplo né, embora a gente tenha empecilhos físicos mesmo. A região é muito grande. A região dos Campos Gerais é muito grande, difícil você conseguir dar uma cobertura boa para uma região tão grande. Precisaria ter correspondentes, uma estrutura imensa para... tem cidades aqui da região que é difícil até de chegar. Fernandes Pinheiro, Teixeira Soares, são cidades [que ficam] longe, de difícil acesso, difícil tudo. Óbvio que o ideal seria ter uma cobertura bem mais ampla, bem mais aprofundada. A gente tenta dar um... O que a gente faz é dar um jeito sempre, de não deixar de cobrir.

APÊNDICE B – ENTREVISTA COM O EDITOR B

Entrevistadora - **Há quanto tempo trabalha no jornal?**

Editor B - Nove anos.

Entrevistadora - **E com jornalismo?**

Editor B - Trinta e três anos no jornalismo.

Entrevistadora - **Quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos?**

Editor B - São os dois, mesmo porque o jornal tem circulação regional. Então, assim, nós sempre temos a preocupação em colocar no título ou alguma parte com destaque o nome da cidade. Então é tanto para informar a população em Ponta Grossa e como nós circulamos na região para que a pessoa que esteja naquela cidade ela saiba de uma notícia da cidade onde ela está.

Entrevistadora - **Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais?**

Editor B - Ponta Grossa e região dos Campos Gerais. O Estado num terceiro momento, Brasil num quarto e o mundo num quinto. Isso não quer dizer que eventualmente fatos com destaques fora de Ponta Grossa não sejam noticiados. Eles são noticiados com o devido destaque, mas há prioridade de informação. Se você considerar a concepção do jornal, que é de Ponta Grossa, região dos Campos Gerais onde tem muito acesso, o Paraná, onde ele circula nas principais cidades do Paraná, e depois, é claro, as notícias nacionais e internacionais. Internacional muito pouco. A não ser que seja um evento de grande repercussão. Mas também assim o internacional é sempre limitado.

Entrevistadora - **Os repórteres fazem cobertura *in loco* em cidades da região? Se sim, como? Se não, por quê?**

Editor B - Não tanto quanto nós já fizemos porque agora com as questões das tecnologias, a possibilidade de você ter acesso ao teu entrevistado por algumas ferramentas, uma delas o WhatsApp, tá, isso facilita muito esse tipo de contato e agora o que é melhor para nós? Nós temos uma web tv que nós conseguimos fazer entrevistas do estúdio sem o entrevistado estar no estúdio. Tivemos recentemente o presidente da AMCG, o Juca Sloboda [prefeito de Jaguariaíva],

Entrevistadora - **Ele estava em Jaguariaíva?**

Editor B - Isso. Então, nós temos essa tecnologia. Não há necessidade de o repórter ir até lá. Mas nós fazemos isso. Então, nós fizemos com Telêmaco Borba também, é... fizemos com a entrega de UTIs do hospital de Castro, nós fizemos com o Moacyr [Fadel, prefeito de Castro]... não, não foi entrega de UTI, foi anúncio de investimento de uma empresa lá. Que nós fizemos, entrevistando ele lá, ele estando em Castro e nós estando aqui. Então isso acontece. Nas questões das tecnologias agora não há necessidade de você mandar o repórter lá. Hoje [22 de outubro de 2018] tem um caso à parte porque nós vamos mandar uma equipe. Tem um evento em Castro, às 15 horas, que a Caixa [Econômica Federal] vai liberar acho que 30 milhões de reais. Então vai uma equipe para acompanhar a liberação desse recurso lá.

Entrevistadora - **E por que nesse caso o senhor optou por mandar a equipe ao invés de fazer, de usar a tecnologia.**

Editor B - Em função da solenidade que vai ter lá. E também pela importância do evento. São 30 milhões [de reais] acho que para obras de infraestrutura e é uma informação importante tanto para Castro quanto para o desenvolvimento da região. Outra questão, não é só prefeito que vai estar lá. Tem diretores da Caixa Econômica que vão estar presentes também. Então você mandando uma equipe você consegue ouvir mais pessoas, dar mais consistência à reportagem. Se fosse um anúncio que o prefeito: “ah, eu recebi 30 milhões [de reais] da Caixa” e só ele estando lá é claro que poderia usar esse artifício de colocar ele pela web tv e assim a gente fazer a entrevista.

Entrevistadora - **E o senhor acha que compromete a reportagem fazer pelo uso das tecnologias, ou indo a equipe de reportagem tem uma diferença, digamos assim, na apuração, na própria qualidade do material?**

Editor B - Acho que não porque, veja assim, nós não podemos é deixar de lado a tecnologia. Ela é uma ferramenta muito importante para mim. E, assim, o que nós priorizamos hoje? Nós temos um portal de notícias, então a tecnologia veio e favoreceu muito a gente. Ela aproxima mais você da tua fonte. A tecnologia faz isso. Como antigamente quando não tinha a tecnologia tua proximidade com a fonte era você ir até onde ela estava e eventualmente ela poderia estar numa reunião, e estar ocupada e não atendia você e você ficava esperando. [Com] A tecnologia hoje a pessoa pode eventualmente estar num outro compromisso mas ela responde a você, ela responde. Cinco minutos que ela perde ali ou ela manda um texto ou manda um áudio. Então, o que que aconteceu: nós temos um fonte oficial para uma matéria que nós precisamos fazer. E assim é até uma questão de legitimidade. Porque o que ele fala em áudio ou escreve não tem como ele contestar depois. Então ele deixa a entrevista assim com mais consistência. Juridicamente ela é muito mais importante do que antigamente [quando] você pegava uma

pranchetinha, um papelzinho e anotava e “ah, eu não falei isso”, “ah, falou sim que agora tem isso aqui”. Ela é uma segurança muito grande pra gente e nós não podemos renegar as tecnologias. Se você considerar “ah, o bom antigamente que o repórter ia”. Só que o mundo mudou. Ele mudou totalmente, entende. Colocar alguém para ir a um determinado lugar levantar informações, eu tenho que contar o tempo de deslocamento, de sair da redação e ir até o local, o tempo que ele vai esperar naquele local e o tempo que ele vai levar para voltar para cá. Eu perco mais ou menos uma hora e meia. Quando, em função hoje de todo mundo estrar nas plataformas digitais, o Messenger, o Facebook, o Twitter, o WhatsApp, eu faço isso em dez, 15 minutos e a validade da informação é a mesma. Aliás, até com mais segurança pra gente porque depois não tem como dizer assim “ah não falei isso”. “Falou sim, está escrito, tá teu áudio aqui”. Então é uma segurança muito melhor para nós.

Entrevistadora - **O jornal possui correspondentes nas cidades vizinhas?**

Editor B - Não.

Entrevistadora - **E contatos?**

Editor B - Contatos sim. Porque nós temos que considerar que os jornais têm seus contatos, cada repórter tem seus contatos também. Então nós temos muitos contatos em todas as cidades da região e esses contatos estão em diferentes setores da sociedade, em diferentes órgãos também. Então, sempre quando a gente precisa de uma informação, nós conseguimos chegar nessas pessoas porque nós já temos o contato delas. E hoje, aquilo que eu falo pra você, todo mundo tem um celular à disposição, um WhatsApp à disposição, um Messenger...

Entrevistadora - **Como funciona essa relação de “troca”? Existe pagamento?**

Editor B - De forma alguma. Nós não pagamos eventualmente por vídeos ou fotos. Isso não existe. Entende? Se a pessoa... vamos a um exemplo claro: aconteceu um acidente lá na PR-151, em Carambeí. Quais são meus contatos lá? Eu tenho o rapaz que é do Correio Carambeense, é um dos meus contatos, tenho um outro que é do Fofocas Carambeí, também é um dos meus contatos. O que que eu faço? Eu entro em contato, vejo a possibilidade de conseguir esse material com os créditos para eles. Porque é uma via de mão dupla. Se um dia eles precisarem de algo em Ponta Grossa, é claro que eles sabem quem é a referência. Então, não existe esse tipo de pagamento. Por exemplo, nós temos a Banda B em Curitiba. A Banda B ela mesma se propôs a usar as nossas matérias a usar o nosso material, fotos ou vídeos, com a referência da foto. É claro que quando houver alguma coisa em Curitiba nós temos total liberdade de fazermos o uso deste material. Em casos excepcionais, nós vamos discutir se vale a pena fazer o pagamento ou não. Mas é muito difícil, muito, muito, muito difícil mesmo.

Entrevistadora - **Quais municípios o senhor acha que estão mais presentes no jornal, além de Ponta Grossa? Existe algum privilégio?**

Editor B - Não existe, não a preferência. Quer ver, vou falar pra você assim. Nós temos um município aqui que se chama Ivaí. Entendeu. Ivaí não gera informações, gera informação quando tem briga, quando tem prisão, você entende? Assim. Então não há nada excepcional que aconteça nessas cidades que vai servir de uma boa pauta. E não é questão nem de menosprezo, mas se você for considerar um contexto, se você for considerar que nós estamos priorizando a questão administrativa e política, a força das cidades, elas têm menor relevância. Mas isso não quer dizer também que a gente não dê a divulgação. A gente dá divulgação. O que tem é que algumas cidades elas crescem e elas geram muitas informações e que essas cidades... Então, elas dão uma resposta pra gente. Tem casos assim, Guamiranga. Guamiranga entra no jornal quando tem um acidente na BR-373. Ipiranga é... alguma coisa que tenha lá na área policial, Imbituva... Então, não é assim, que é uma cidade que todo dia vai te dar uma boa notícia pra você. Ao contrário das grandes cidades que você sabe que sempre tem um evento, tem um recurso, algo ligado à política, algo ligado à economia.

Entrevistadora - **O senhor vê alguma relação de informação, de não gerar informação pela existência ou não de assessorias de imprensa nas cidades, seja de Câmara, de prefeitura, de empresa?**

Editor B - A maioria deles tem assessoria de imprensa. Aí a questão é assim, eles não sabem dar esse valor, quem está no município, de valorizar que eles têm uma assessoria de imprensa. A maioria das prefeituras tem assessoria de imprensa, mas a assessoria de imprensa não sabe usar um espaço do jornal, de um portal. Ele não tem contato com as pessoas da redação. O que que ele quer? Ele vai produzir uma matéria para o portal da prefeitura dele. Vai produzir uma matéria para pôr no portal da câmara deles. E as vezes se perde uma grande oportunidade de dar a divulgação porque tem coisas muito boas que acontecem, não é? É um investimento que vai ajudar muitas pessoas, é o investimento de uma indústria que está se instalando na cidade. É algo que a Câmara tá pautando, vai discutir um bom projeto e esse projeto pode ajudar muita gente. Só que o assessor de imprensa ele não tem essa noção. Então, ele trabalha e diz assim: “meu trabalho é abastecer o portal; eu não tô preocupado em abastecer os jornais”. Vou dar um exemplo para você. Ortigueira hoje é um dos destaques do Paraná. Se você for avaliar o que era Ortigueira dez anos atrás o que é Ortigueira agora ela é muito diferente. Se você entrar no portal de Ortigueira agora, você vai ver que tem cinco, seis matérias todos os dias, tá. O assessor de imprensa não se preocupa se isso chega ao jornal. Ele se preocupa apenas em alimentar o portal dele. E perde-se uma grande oportunidade. Ao contrário da assessoria de imprensa da prefeitura

de Ponta Grossa. Eles não estão preocupados em abastecer o portal e, muitas vezes, lançam as matérias antes pra nós, tá, e depois vão alimentar o portal deles. É uma relação diferenciada. Então, muitas vezes, o assessor de imprensa dessas cidades... a preocupação deles é em alimentar o portal apenas, não é fazer com que essa notícia chegue para os jornais de grande circulação e depois esses jornais deem publicidade ao que está acontecendo lá.

Entrevistadora - **Mas não caberia também ao jornal ir atrás dessas informações?**

Editor B - Esse espaço sempre foi aberto, entende. O contato sempre é deixado: tem informações, tem novidades? Passa pra gente. Mas nas cidades menores é muito difícil ter essa relação. Por exemplo, assim, eu trouxe há cinco ou seis meses atrás [sic] o prefeito de Teixeira Soares. Qual que era a informação dele: “eu não tenho condições de manter um assessor de imprensa. Então, às vezes, quando tem uma notícia boa da cidade, eu mesmo vou lá e coloco no portal”. Então essa é ainda a realidade de muitas prefeituras da região, mas sempre é deixado o espaço aberto, a matéria interessa pra gente porque nós circulamos na região. Não vou dizer “ah, vai ter que ser destaque de página”. Mas vai ter sempre o texto, com uma fotinha lá porque nós temos esse entendimento que jornal quer circular na região, então ele que vá na maioria das cidades e leve essa informação à cidade onde o leitor está.

Entrevistadora - **E quais os assuntos que mais levam os municípios a serem pauta?**

Editor B - Questão política. O apelo econômico é muito forte. Os investimentos sociais, que aí entram questão de hospital, inauguração de escola, questão de casas. Mas os municípios, ainda assim, eles têm muita visibilidade pelos casos envolvidos no policial. É um acidente de trânsito, é uma agressão, é uma morte. E não é nós que produzimos isso. Então nós sabemos que se um dia um município qualquer estiver inaugurando casa e tenha acontecido algum acidente, eu sei que o acidente vai ter muito mais proporção na absorção da informação do que propriamente a casa que está sendo construída lá.

APÊNDICE C – ENTREVISTA COM REPÓRTER A

Entrevistadora - **Há quanto tempo trabalha no jornal?**

Repórter A - Estou desde outubro de 2017.

Entrevistadora - **E há quanto você trabalha com jornalismo?**

Repórter A - Desde 2006.

Entrevistadora - **Qual editoria você cobre atualmente?**

Repórter A - Eu cubro Política, Automóveis e Panorama.

Entrevistadora - **Você acredita que existe privilégio de uma editoria sobre outra quanto à cobertura de cidades vizinhas a Ponta Grossa?**

Repórter A - Eu acho que, às vezes, pode até acontecer por questão do conteúdo que chega até nós. Por exemplo, Policial acaba cobrindo bastante a região por conta do relatório que chega e tal. Política eu acho que, assim, não que se beneficie, prefira se beneficiar Ponta Grossa em detrimento de outras, mas é que o volume que chega de informações de Ponta Grossa, né, o nosso contato, acaba fazendo com que a gente publique mais informações de Ponta Grossa mesmo em detrimento de outras cidades.

Entrevistadora - **Então existe realmente algumas editorias que cobrem mais a região do que outras?**

Repórter A - Eu acho sim, por conta do próprio perfil, da própria característica da editoria.

Entrevistadora - **Quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos?**

Repórter A - Eu acho, assim, que a ideia é informar o leitor de uma forma geral porque, assim, normalmente o conteúdo que vai para o impresso é o conteúdo também que está no site. Então a gente não tem como saber quem está lendo. Por exemplo, se a gente vai falar de algum assunto referente a Castro, eu tenho que partir do princípio de que não é só o leitor de Castro que está lendo, então, assim, contextualizar, por mais que às vezes seja um assunto que o leitor de Castro já esteja contextualizado, eu preciso contextualizar o assunto porque não posso pensar que é só aquele leitor que vai ler. Não que seja focado para leitor de Ponta Grossa ou Castro, mas não é focado só para o leitor de Castro. A gente tenta focar pensando num jornal que é regional mesmo.

Entrevistadora - **Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais?**

Repórter A - Acho que tudo depende da relevância do assunto. Não tem, por exemplo, não se beneficia, privilegia Ponta Grossa em relação a outros municípios. Quando tem outros municípios que têm assuntos relevantes, é dado o destaque, ou mesmo em âmbito estadual. Eu não vejo, assim, que se privilegia Ponta Grossa, é mais, assim, o tipo da notícia mesmo. Se a notícia aí, por exemplo, assim, pra manchete ou alguma coisa assim, é a matéria da região, não vejo que tem problema. Mesma coisa nas matérias que eu faço. A, gente vai pela relevância do assunto não se é Ponta Grossa ou se é região. É mais, assim, levando em conta a relevância desse assunto para os nossos leitores.

Entrevistadora - **Os repórteres fazem cobertura *in loco* em cidades da região? Se sim, como? Se não, por quê?**

Repórter A - Sim. Acontece.

Entrevistadora - **E como acontece?**

Repórter A - Normalmente, assim, são pautas que já são agendadas né. No meu caso, assim, de política, são eventos, assim, de assinatura de contratos de prefeituras com o Estado, quando vem governador, presidente. Agora na época de eleição, visita de candidatos. Por exemplo, a Ana Amélia, que era candidata a vice do Alkmin, que esteve no Agroleite [em Castro], a gente foi para lá para acompanhar a visita dela né. Então, assim, são pautas mais agendadas de eventos mesmo, assinaturas, alguma coisa que esteja em relevância.

Entrevistadora - **Nos últimos seis meses, você se lembra de ter viajado a algum município vizinho para realizar uma reportagem? Se sim, qual?**

Repórter A - Sim. A gente esteve em Castro durante o Agroleite quando veio (sic) candidatos. A Ana Amélia, candidata a vice-presidente; na época, o Beto Richa, que estava acompanhando que era candidato ao Senado, diversos outros candidatos aí. A gente esteve em Ipiranga durante a inauguração de um novo sistema de energia, um sistema inteligente de energia da Copel. Não vou lembrar exatamente a data, mas a gente esteve lá. E onde mais? A gente esteve outra vez em Castro, antes do Agroleite, quando a governadora esteve lá entregando recursos para o município também. Que eu lembro, foram essas vezes.

Entrevistadora - **Como funciona a busca por notícias dessas outras cidades?**

Repórter A - É mais, assim, via sites, via redes sociais. Às vezes, os contatos que a gente faz com as pessoas, presidentes de Câmara, vereadores. Através de acompanhar, no meu caso, o diário oficial. Muitas vezes dessas cidades acaba rendendo pauta. E hoje muito via WhatsApp, internet né, Facebook. Às vezes, a gente entra em contato, grupos, então, às vezes, a gente fica sabendo muito de notícias, de assuntos que estão acontecendo nas cidades através disso.

Entrevistadora - **E a busca por imagens, como funciona?**

Repórter A - Então, dependendo dessas pautas. Por exemplo, quando a gente foi para o Agroleite, inauguração, assinatura dos recursos em Castro, o fotógrafo do jornal acompanhou né. Quando são pautas que a gente fica aqui na redação, que a gente não sai, normalmente a gente busca através de assessores de imprensa, no caso de Câmara de Vereadores, Prefeitura ou mesmo governo do Estado né quando acontece alguma coisa na região. Através da assessoria de comunicação ou, às vezes, até fotos de domínio público que a gente encontra nos sites dessas instituições, às vezes, Facebook. Por exemplo, as Câmaras da região, às vezes, não alimentam tanto o site com imagens, mas o Facebook é mais atualizado, sabe. Então a gente busca mais através desses caminhos mesmo.

Entrevistadora - **Quais municípios você acha que estão mais presentes no jornal, além de Ponta Grossa?**

Repórter A - Eu creio que, no caso da minha editoria, tem Ponta Grossa, tem Castro, que normalmente também sempre tem material, tem Arapoti, Carambeí, Palmeira, Telêmaco também e acaba também que, muitas vezes, acaba entrando também material se esses municípios têm assessoria de imprensa né que mande também, que nos alimente com material. Por exemplo, assessoria de Palmeira sempre tá mandando material e que eu posso utilizar na minha editoria, então acaba ganhando também mais espaço por conta disso. Às vezes, não são matérias que eu faço, mas que vêm da assessoria e acabam ganhando espaço no jornal. Então são essas cidades que tem aí também... Jaguariaíva também eu acho que é uma das cidades que a gente mais faz matéria, até por conta do presidente da AMCG ser de Jaguariaíva, o Juca. Então são sempre municípios que têm relevância, e aí são também assessorias desses municípios que muitas vezes nos alimentam com as matérias [releases].

Entrevistadora - **Por que a preferência por alguns municípios em detrimento de outros?**

Repórter A - Por exemplo, Jaguariaíva. A gente acaba muitas vezes fazendo por conta do próprio contato que tem com o prefeito que é presidente da AMCG. No caso Castro, é pela própria relevância, assim, do município em relação a investimentos que teve recentemente. É uma cidade que a parte agrícola e industrial está em ascensão, então sempre acaba tendo alguma coisa nova pra gente retratar. E muitas das vezes por conta da dificuldade em estar em todos esses municípios, o que contribui muito para a inserção de material no jornal, seja no site, no jornal impresso, é o próprio trabalho das assessorias. Eu vejo, assim, que as cidades, câmaras, municípios que têm assessorias, que tem um trabalho mais efetivo de mandar material, acaba saindo mais conteúdo dessas cidades.

Entrevistadora - **E quais os assuntos que mais levam os municípios a serem pauta?**

Repórter A - Olha, questão de investimentos, geração de emprego, novos investimentos. Às vezes tragédias, que infelizmente acontecem nas cidades, até tragédias tanto pela questão da violência quanto até pela questão de chuva, todas essas questões que causam transtornos aí. E acho que mais, assim, pela relevância do conteúdo mesmo. É... seria a questão do investimento, às vezes polêmicas que são geradas dentro de prefeitura, câmara, às vezes denúncias que chegam até a gente. É uma fonte variada de motivos.

APÊNDICE D – ENTREVISTA COM REPÓRTER B

Entrevistadora - **Há quanto tempo trabalha no jornal?**

Repórter B - 15 anos

Entrevistadora - **E há quanto tempo você trabalha com jornalismo?**

Repórter B - Desde março de 1997.

Entrevistadora - **Qual editoria você cobre?**

Repórter B - Economia e Agribusiness.

Entrevistadora - **Você acredita que existe privilégio de uma editoria sobre outra quanto à cobertura de cidades vizinhas a Ponta Grossa?**

Repórter B - Não. Privilégio? Não, não. De editoria não. A gente cobre normal. O que aparece é coberto, mas o maior foco são matérias de política, muita política no [Caderno] regional, maior parte acredito que é política. Cidades é muito pouco, mas não que seja um privilégio, é mais porque aparece mesmo

Entrevistadora - **Quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos?**

Repórter B - Ambos. Tanto os ponta-grossenses quanto as pessoas que moram nesses locais.

Entrevistadora - **Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais?**

Repórter B - Ponta Grossa. Ponta Grossa, Estado e região. Porque a região tem muito pouco. Apesar de a gente cobrir 23 - na nossa lista são 23 municípios -, mas os que mais aparecem são Castro, Carambeí e Telêmaco Borba; e Ortigueira alguma coisa em função da fábrica da Klabin. Os outros municípios a gente não tem aquela quantidade de notícia que gere a ponto suficiente de a gente publicar. Um deles é São João do Triunfo. São João do Triunfo é uma da nossa região e matéria eu faço uma vez no ano com eles quando é a festa da maçã. Então, não tem assunto suficiente pra gente abordar nesses municípios.

Entrevistadora - **Os repórteres fazem cobertura *in loco* em cidades da região? Se sim, como? Se não, por quê?**

Repórter B - Raramente, muito raro. É mais Castro quando tem o Agroleite, Carambeí, Expofrísia ou alguma coisa muito grave de polícia que aconteça que leve um repórter para lá, ou acidente. Aí sim, se é um acidente próximo, tipo mais Carambeí. Senão, não.

Entrevistadora - **Nos últimos seis meses, você se lembra de ter viajado a algum município vizinho para realizar uma reportagem? Se sim, qual?**

Repórter B - Castro e Carambeí. Castro, Agroleite e Carambeí, Expofrísia.

Entrevistadora - **Que são pautas agendadas.**

Repórter B - Exatamente.

Entrevistadora -- **Como funciona a busca por notícias dessas outras cidades?**

Repórter B - Como eu estou há muito tempo em Economia, no meu caso, eu já sei quando são essas feiras. Que geralmente quando eu saio é realmente para cobrir feira. Então, eu já sei quando são essas feiras. Palmeira tem a feira, eu noticio a feira deles, mas a gente não sai cobrir. Mas no meu caso é por eu saber já as datas que elas acontecem, fica mais fácil. Se não, release que chega. Chega muito release de Ortigueira da fábrica da Klabin, de Telêmaco Borba da fábrica da Klabin, também. Aí sim a gente fica sabendo das notícias da área da economia.

Entrevistadora - **E você não chega a ligar ou buscar informação em outros municípios que não têm feira, que não se sobressaem muito nesta questão? Por exemplo, tentar descobrir o que pode render pauta para economia?**

Repórter B - Não. Esse ano, não. Ainda no ano passado [2017], o X⁶⁹ havia pedido que uma vez na semana a gente ligasse para as prefeituras mais próximas para ver se tinha alguma coisa ou não acontecendo, para tentar fazer um regional. Porque o jornal mantém o [caderno] regional a cada 15 dias. É o ~~Fabrizio~~ que está fazendo, mas só entra assessoria. Aí quando o Marcos estava, ele pedia que a gente telefonasse e tentasse fazer, não exatamente para o [caderno] regional, mas que fizesse uma vez na semana uma matéria com alguma prefeitura. Então, a que eu ligava muito era Jaguariaíva, que eu ligava porque eles estão construindo um frigorífico, então eu ligava para lá. Aí pra Palmeira também eu ligava sempre para dar uma olhada, ver se estavam recebendo alguma fábrica ou não. Mas, assim, um hábito de telefonar mesmo não se tem esse costume de telefonar para as prefeituras de fora para saber. Nem prefeitura e nem indústrias, a gente não tem o hábito não.

Entrevistadora - **Como funciona a busca por imagens dessas outras cidades?**

Repórter B - Ou a gente pede para as assessorias que mandaram o material encaminhar as imagens ou no Fotos Públicas, imagens públicas, alguma coisa que a gente utiliza.

Entrevistadora - **Quais municípios você acha que estão mais presentes no jornal, além de Ponta Grossa?**

Repórter B - Castro, Carambeí. São os mais que a gente foca neles.

Entrevistadora - **Por que a preferência por alguns municípios em detrimento de outros?**

⁶⁹ Repórter menciona nome do editor, mas optou-se por não identificá-lo.

Repórter B - A distância e o tamanho desses municípios. Que nem eu falei, São João do Triunfo é um pouquinho longe de nós e não tem um volume, não tem um volume de informações que justifique. Não tem uma feira agropecuária, não tem indústria, é uma cidade muito pacata. Então, nem na política teria alguma coisa que justificasse uma busca por informações nesses municípios.

Entrevistadora - **E quais os assuntos que mais levam os municípios a serem pauta**

Repórter B - Economia, política e polícia.

APÊNDICE E – ENTREVISTA COM REPÓRTER C

Entrevistadora - **Há quanto tempo trabalha no jornal?**

Repórter C - Seis anos

Entrevistadora - **Qual editoria você cobre?**

Repórter C - Cubro Polícia e Cidades [Policial é uma editoria que não existe mais no impresso. Seus assuntos entram em Cidades. Porém, é uma editoria que permanece no site como 'Polícia']

Entrevistadora - **Você acredita que existe privilégio de uma editoria sobre outra quanto à cobertura de cidades vizinhas a Ponta Grossa?**

Repórter C - Sim, principalmente nas editorias de Cidades, Polícia, e geralmente Política. São nessas três editorias em que mais aparecem conteúdos regionais de outras cidades do que Economia e Esportes, por exemplo.

Entrevistadora - **Quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos?**

Repórter C - Eu acho que são essas duas frentes, mas a principal delas eu acredito que seja informar os leitores desses municípios vizinhos, principalmente pelo site. Até porque cidades menores, como dos Campos Gerais, geralmente não têm veículo de comunicação. São pequenas rádios, ou não tem jornal ou dificilmente as tevês noticiam informações detalhadas com relação a esses municípios. Então, o jornal tem essa liberdade de noticiar, principalmente conteúdos policiais que acontecem nessas cidades menores e os moradores dessas regiões têm fácil acesso pelo site. Então, acho que além de informar Ponta Grossa sobre o que acontece na região, principalmente informar essas pessoas que moram em cidades menores sobre o que tá acontecendo no município delas.

Entrevistadora - **Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais?**

Repórter C - Olha, varia muito de editoria para editoria, mas falando da minha principalmente, é geralmente o privilégio é Ponta Grossa, por você já estar aqui e conseguir fotos melhores, ter acesso aos entrevistados. No entanto, com relação a casos de polícia, você tem acesso aos boletins de ocorrência da região e aí você consegue ter um fácil acesso às informações que acontecem, né, pela Polícia Militar. Então, assim, com certeza, a gente procura primeiro as notícias de Ponta Grossa, mas em segundo lugar, com certeza, já entra informações da região dos Campos Gerais na parte policial.

Entrevistadora - **Os repórteres fazem cobertura *in loco* em cidades da região? Se sim, como? Se não, por quê? Nos últimos seis meses, você se lembra de ter viajado a algum município vizinho para realizar uma reportagem? Se sim, qual?**

Repórter C - Antes eu via, em anos anteriores, logo que eu entrei no jornal, a gente tinha essa liberdade de ir para municípios vizinhos, como Castro, Palmeira, Carambeí, por exemplo, que você tinha fácil acesso. Inclusive, esse ano, teve o caso de assalto a banco que nós fomos até lá cobrir, até Carambeí. No entanto, agora que não temos mais o carro e trabalhamos somente de Uber, eu acho difícil que a gente tenha esse fácil acesso aos municípios. Entrevista somente por telefone, WhatsApp e informações via boletim de ocorrência da polícia.

Entrevistadora - **Como funciona a busca por notícias dessas outras cidades?**

Repórter C - Bom, falando de polícia, na editoria policial, temos acesso com base nos boletins de ocorrência da PM. E também fácil acesso com a Polícia Civil decorrente de alguma operação que acontece na região. É... em Cidades, o que mais chega para nós são conteúdos de assessoria de comunicação das prefeituras. Algumas têm, como, por exemplo, Castro e Palmeira têm assessoria de comunicação, Irati. Mas os municípios pequenos dificilmente daí nós temos acessos às informações da Prefeitura. E também conteúdos das matérias da Agência Estadual que têm informações de alguma obra que vai acontecer prevista, de pavimentação de rodovias da região, enfim. Então, temos acesso a esses conteúdos pela Agência Estadual.

Entrevistadora - **E como funciona a busca por imagens?**

Repórter C - Bom, como a gente não tem mais facilidade para chegar a esses municípios, geralmente as imagens vêm via assessoria de comunicação da Prefeitura, Agência Estadual, ou da própria polícia que faz fotos de alguma ocorrência, alguma operação, alguma apreensão. Aí eles mesmos mandam para nós via WhatsApp.

Entrevistadora - **Quais municípios você acha que estão mais presentes no jornal, além de Ponta Grossa? Por que a preferência por alguns municípios em detrimento de outros?**

Repórter C - Bom, na parte policial, vejo muito Telêmaco Borba aparecendo. Temos também muitas informações que vêm de Irati, Palmeira, Reserva... é... Castro, Carambeí, Imbaú. Que vejo que mais aparecem mesmo. Outros municípios que são um pouco mais afastados como Imbituva, Rio Azul, por exemplo, Mallet, essas cidades menores que eu vejo que sempre estão aparecendo nos conteúdos que a gente escreve.

Entrevistadora - **E quais os assuntos que mais levam os municípios a serem pauta?**

Repórter C - Tem muita questão da parte de Cidades, questão de infraestrutura mesmo, educação, alguma obra que vai ser inaugurada, alguma obra que começará a ser construída. Algum investimento da própria Sanepar nesses municípios, né. Principalmente mais com

relação a isso que a gente recebe das prefeituras. Algumas são, por exemplo, Outubro Rosa que eles sempre estão promovendo e chega pra nós. Com relação à polícia, geralmente algum assalto grave, roubo a banco, ou alguma vítima refém, algumas operações grandes da Polícia Civil, como prisão de quadrilha, apreensão de drogas. Homicídios, tem muitos homicídios nas cidades pequenas da região. Então são mais estes tipos que assuntos que chegam até a minha editoria.

Entrevistadora - **E homicídio é um tema que sempre entra, independente do município?**

Repórter C - Sim, homicídio é um dos que tá mais. Assim, se você tem, por exemplo um conteúdo que chega para você usar na página, o site não tem restrição, mas se você tem um espaço na sua página [impressa] que você pode colocar um conteúdo de Outubro Rosa em Castro, um homicídio em Telêmaco ou um assalto a panificadora em Reserva, você vai optar pelo homicídio, que é o assunto mais relevante, mais grave para você noticiar, principalmente no impresso.

Entrevistadora - **Por que a preferência por alguns municípios em detrimento de outros?**

Repórter C - É o fácil acesso à informação. Então, por exemplo, Mallet,. Se tem alguma coisa relevante que tá no relatório da polícia você pode coletar mais informações e aprofundar o tema, você noticia. Você tem um pequeno furto em Mallet de uma bicicleta, por exemplo, e chega informação que em Telêmaco Borba teve assalto a mão armada ou um homicídio ou alguma coisa relevante, você vai optar pela gravidade da situação pra noticiar. E tem alguns municípios que realmente tem mais ocorrências que outros. Alguns são pequenos delitos e outros têm situações graves que têm que ser noticiadas. Se tem uma ação de saúde acontecendo ou um investimento aconteceu, por exemplo, a construção de um hospital no município pequeno e um roubo no outro, você vai optar pelo investimento, pela infraestrutura, se é do governo do Estado ou não. É relevante, depende do que tá acontecendo em cada lugar e de você avaliar a relevância do tema.

Entrevistadora - **E o jornal chega até Mallet?**

Repórter C - Chega.

Entrevistadora - **E além de conversar com a polícia, vocês procuram outras fontes de informações nessas cidades?**

Repórter C - Não, dificilmente. A não ser que você esteja no município, mas como o acesso agora é restrito, conversar com a população, agora, enfim, é muito restrito. Não tem outra fonte a não ser a própria polícia. Outros tipos de fontes são, por exemplo, secretários, prefeitos, as próprias assessorias de comunicação, que passam informação pra você. Mas de moradores mesmo dessas regiões dificilmente a gente consegue entrevistas agora.

APÊNDICE F – ENTREVISTA COM REPÓRTER D

Entrevistadora - **Há quanto tempo trabalha no jornal?**

Repórter D - [Desde] Agosto de 2011. Entrei para cobrir férias, fiz o anuário, passei por várias editorias. Fui efetivado em outubro de 2012.

Entrevistadora - **Qual editoria você cobre?**

Repórter D - No impresso, Economia.

Entrevistadora - **Você acredita que existe privilégio de uma editoria sobre outra quanto à cobertura de cidades vizinhas a Ponta Grossa?**

Repórter D - Algumas sim porque o Esporte, por exemplo, realmente tem menos esporte em outras cidades, né. Mas acredito que até Política é bem abordado, Cotidiano também, né, mais casos policiais no Cotidiano, eu acredito. Mas a página de Economia [Dinheiro] pelo menos ela tem, eu abordo vários assuntos regionais mesmo. Não só fazendo análise da região, por exemplo, da balança comercial, de exportações, do valor bruto de produção, de produção agrícola principalmente, né. Então, é mais em termos de região. Mas às vezes fala também que Tibagi é a maior produtora de trigo do Brasil. Eu já fiz matéria sobre isso. Questão também de, esse eu fiz a matéria, que Telêmaco Borba é o município que mais produz, mais planta árvores, é o que tem a maior produção de árvores do Brasil pra fornecer à Klabin e tudo o mais. Então, acredito que pelo menos na editoria de Economia, de Dinheiro do Jornal da Manhã, é um dos que mais cobre a parte regional. Uma das que mais aborda em nível regional. Até porque também tem as cooperativas também que são muito fortes na região, então acaba abordando bastante o regional. Talvez seja até o que tenha o regional em destaque, eu acredito. Abre de página [matéria principal da editoria] que aborda a região e municípios da região.

Entrevistadora - **Quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos?**

Repórter D - É um pouquinho de tudo, né, Edilene. Acredito que por Ponta Grossa ser a principal cidade dos Campos Gerais, né, isso abordando em nível regional, né, mas acredito que ambos. Procuro escrever a matéria não com especificidades das regiões lá, mas que fique entendível para todos os municípios mesmo, né. Tanto quem lê da cidade, vê que a cidade dele está em destaque naquele setor, né, como também de Ponta Grossa, o pessoal que lê de Ponta Grossa vai dizer: “pô, que bacana, tal cidade se destaca em tal coisa, né”. Acredito que ambos ali.

Entrevistadora - **Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais?**

Repórter D - Em nível mais Ponta Grossa mesmo, né, em primeiro lugar. Depois, Campos Gerais e, depois, o Estado do Paraná. Tanto que as minhas páginas, 'abres de página', 90% das vezes ou são Ponta Grossa ou região. Mas são mais assuntos relacionados a Ponta Grossa mesmo. Em escala seria Ponta Grossa, região e Estado.

Entrevistadora - **Os repórteres fazem cobertura *in loco* em cidades da região? Se sim, como? Se não, por quê? Nos últimos seis meses, você se lembra de ter viajado a algum município vizinho para realizar uma reportagem? Se sim, qual?**

Repórter D - Aí já é mais difícil, é bem difícil. Ah... Nesse ano, por exemplo, é... deixa eu ver... nesse ano não fui nem para o Agroleite [em Castro]. Acho que fui algumas vezes para Carambeí, na Expofrísia, que teve né. Mas um pouco mais longe, não. Mas nos anos anteriores, ano passado, por exemplo, nós fomos para Tibagi na inauguração de uma sede regional da Frísia lá, fomos no Agroleite. É que nesse ano o Agroleite foi coberto pelo Packer [repórter de Política], na verdade, ele fez lá. Eu não fui lá, mas ele estava lá e fazia as reportagens, entrevistas, ele gravava até em vídeo mesmo, escrevia a matéria e aí me passava para eu usar na minha página. Tem sim, mas é pouca coisa. Hoje, por exemplo, o Rodrigo [repórter de Cotidiano] vai para Castro, mas é raro, assim. Uma vez por mês, uma vez a cada dois meses. Algo assim.

Entrevistadora - **Como funciona a busca por notícias dessas outras cidades?**

Repórter D - Alguma coisa chega por assessoria de imprensa, mas é bem raro mesmo, né. E não digamos que também eu busque informações só de Ponta Grossa ou da região. É claro que aquela questão tem matéria do IBGE que chega, ou da Agência Estadual, matéria do Deral [Departamento de Economia Rural]. Eu procuro os dados de Ponta Grossa e região sempre. Sempre procuro ver, até exportações, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior essas questões dos municípios, os que mais se destacam em tal coisa. Mesmo do preço dos combustíveis, né, que fiz semana passada, que Ponta Grossa tem um dos combustíveis mais caros e pus que Castro também tem um dos combustíveis mais caros do Paraná também, né. Então, é uma coisa mais relacionada ao assunto mesmo. Quando o assunto é, assim, que tenha factóide [sic] de números, que sai de toda a região, eu acabo buscando mais por ali mesmo. Através de dados.

Entrevistadora - **E como funciona a busca por imagens?**

Repórter D - Bom, às vezes, entramos em contato com a assessoria de imprensa, mais da prefeitura ou da própria empresa mesmo. Essa matéria que eu fiz de Telêmaco Borba como destaque na produção de madeira, destaque nacional, a primeira do país, eu entrei em contato

com a Klabin, né, que é a maior compradora de madeira aqui da região e solicitei uma imagem deles, né. Eles me mandaram essa imagem de arquivo, né. Mas é mais, assim, com empresas e com assessorias de imprensa da prefeitura.

Entrevistadora - Quais municípios você acha que estão mais presentes no jornal, além de Ponta Grossa?

Repórter D - Deixa eu ver... Seriam os maiores mesmo, até por população, e os mais próximos fisicamente de Ponta Grossa praticamente. Castro, primeiro lugar, acho que Castro. Carambeí também que aparece bastante, Palmeira, acaba aparecendo também bastante. Em menor escala... Eu não falei Tibagi, mas Tibagi também aparece bastante. E aí em menor escala, mas acaba aparecendo também na minha editoria, pelo menos, Jaguariaíva, Piraí do Sul. Arapoti e Ventania aparecem raramente, mais em matéria de plantação por lá. A safra começa antes por ser um clima mais quente, começa lá antes, então, acaba citando. O pessoal do Deral cita bastante. Mas as outras, é difícil. Por exemplo, Reserva aparece geralmente só na produção agrícola também, produção de tomate. Prudentópolis também aparece pouco.

Entrevistadora - Por que a preferência por alguns municípios em detrimento de outros?

Repórter D - Seria mais essa questão mesmo que eu estava comentando. Não só por estarem se destacando pelo tamanho delas, pelo PIB delas, né, que sempre acaba pegando as maiores como referência, né. Acaba acontecendo mesmo. Questão de PIB, produção agrícola são as maiores. Eu acredito que seria questão de escala mesmo, assim. De escala da cidade e o nível de importância delas em determinados assuntos mesmo.

Entrevistadora - Você percebe alguma relação também com assessorias de imprensa nesses lugares? Quer dizer, se eles têm uma assessoria de imprensa que ajude a alimentar o jornal e quem não tem acaba não entrando por falta de uma assessoria?

Repórter D - Sim, com certeza. Nós observamos bastante. Essas cidades que têm uma assessoria de imprensa mais ativa sempre acaba saindo alguma coisa. Por exemplo, empresas que se instalam, ou novos investimentos. Palmeira que tem uma assessoria forte, que mandam sempre pra gente e a gente acaba publicando, de Castro também. Então, de Tibagi também tem uma assessoria de imprensa mais atuante. Eu, pelo menos, são essas três, assim, prefeituras que eu recebo release, que eu lembro. Antes eu recebia de Ipiranga, agora não recebo mais. Não sei até se tem assessoria de imprensa lá. Agora também começou com Reserva, que entrou um amigo meu lá que acaba me informando de algumas coisas que acontecem na cidade. Mas, realmente, falta, assim, faz falta. Jaguariaíva manda bastante coisa pra gente também, eu esqueci de comentar também. Tem uma assessoria um pouco mais atuante. Mas, com certeza, faz diferença sim, porque eu recebo assim uns 200 e-mails por dia. Sempre nós estamos em sites para

pesquisa de informações e a gente não consegue dar conta de tudo que acontece em todas as cidades, né, que o jornal cobre. Não sei se 26 ou 27 municípios da região, né. Então, alguns acabam... às vezes, acontece alguma coisa importante, de relevância, né, para aquele município, para aquela microrregião daquele município, mas que acabamos não sabendo por falta de assessoria, de informação mesmo.

Entrevistadora - **E quais os assuntos que mais levam os municípios a serem pauta?**

Repórter D - Bom, de forma geral, o esporte é onde menos aparece mesmo né. Questão do Urbe que tem pautas de turismo, de comportamento, aparece bastantinho também, [por] que tem pontos turísticos muito fortes aqui na região. Política acaba aparecendo, Cotidiano acredito que aparece um pouco mais, assim, a questão de violência mesmo, quando tem algum caso mais violento acaba se destacando. Claro, tem alguns investimentos também realizados, isso questão de infraestrutura, acaba noticiando também, mas em menor escala porque proporcionalmente também uma obra que é importante para o município pequeno, né, que vai custar, por exemplo, um milhão de reais para o município parece uma obra grande, né, só que para Ponta Grossa uma obra assim acaba sendo pequena. Então, para as menores em relação a Ponta Grossa acaba sendo até não noticiadas por não ser de tanta relevância aqui em Ponta Grossa, mas, em outro município, uma obra de menor porte, mas de grande importância lá mas acaba não noticiando, né. Parte de economia mesmo, como comentei, tem questão de combustíveis, tem a produção agrícola, né, como valor de produção, questão de produção de leite, produção pecuária, o agronegócio em si, agrícola mesmo. Essa época, agora, de início de plantio e tudo o mais. Não só agora início de plantio, mas a todo momento, de produção de safra por município. Inclusive também a tecnologia ajuda bastante também agora. Tem um site que você entra lá e vê quanto de produção de tal coisa tem aquele município. Então, é uma ferramenta bem bacana. Exportações também que acaba saindo, abordando os municípios, a região dos Campos Gerais. E investimentos industriais também, e comerciais, investimentos em infraestrutura em distritos industriais também. Então, acabam sendo abordados vários assuntos em economia, vários mesmo.

APÊNDICE G – ENTREVISTA COM REPÓRTER E

Entrevistadora - **Há quanto tempo trabalha no jornal?**

Repórter E - 5 anos.

Entrevistadora - **Desde quando você trabalha com jornalismo?**

Repórter E - Desde os 21 anos. 5 anos.

Entrevistadora - **Teu primeiro emprego foi no JM?**

Repórter E - Sim, isso.

Entrevistadora - **Qual editoria você cobre?**

Repórter E - Entrei inicialmente pra cobrir política. Fiz quatro meses política. Aí participei de um projeto multimídia do jornal, o portal A Rede, aí eu cobria um pouco de tudo, fazia política, mas também fazia outras coisas e fiquei nessa função e também na função de editor-adjunto dois anos. Aí nos últimos três anos eu voltei a fazer política já no on-line e no impresso, que eles chamam de redação integrada.

Entrevistadora - **Você acredita que existe privilégio de uma editoria sobre outra quanto à cobertura de cidades vizinhas a Ponta Grossa?**

Repórter E - No impresso existem algumas preocupações dos jornais, né, do grupo do jornal. Por exemplo, lá no Jornal da Manhã, a gente era próximo da gestão da AMCG, então, a gente dava cobertura para algumas demandas da AMCG e, a depender das cidades e dos prefeitos, qual cargo ocupa na AMCG, que tipo de ações nessa cidade a gente tinha. Existia um privilégio, uma importância maior. Vou dar um exemplo. O atual prefeito da AMCG é o Juca Slobodá, prefeito de Jaguariaíva, do Democratas. Quando tinha ações em Jaguariaíva, mesmo sendo longe, que importavam para a AMCG e para o projeto do Juca, a gente tendia a ir cobrir. Ou tendia, por exemplo, a sempre cobrir com espaço e antecedência e cobertura posterior reuniões da AMCG. Sejam elas onde elas fossem, já que elas são itinerantes. Então, a política, especialmente, ela tem algum privilégio de andar junto, dos objetivos do jornal, projetos do jornal.

Entrevistadora – **Quando noticia fatos da região, a ideia é informar as pessoas desses lugares sobre o que se passa no município delas ou informar os ponta-grossenses sobre esses acontecimentos?**

Repórter E - Então, é... tem um complicador nisso que é o seguinte. A gente tem muita dificuldade de leitura impressa, os jornais quase não chegam nesses municípios menores. Então, a gente chegava muito através da internet, mas o nosso ponto de apoio sempre foi Ponta Grossa, pelo menos no tempo em que eu estive na região. Tudo o que acontecia em Ponta Grossa era

mais importante, é... e além de mais importante, era mais próximo pra gente cobrir. Agora também existia uma preocupação de informar esse público porque o jornal também tinha interesses comerciais nessas cidades. Por exemplo, em determinado período, na Rede especificamente, a gente trabalhou tentando entrar no mercado de Guarapuava, que é uma cidade que não faz parte dos Campos Gerais, mas é relativamente próxima, uma cidade grande, média para grande. E aí tentamos fazer isso por um tempo, depois não deu certo e foi desistindo. Por exemplo, Carambeí, é uma cidade onde tinha uma importância de cobertura pra gente. Ah... Castro, essas cidades maiores, Telêmaco Borba, cidades maiores da região tinha. Em algumas delas, cidades dos presidentes da AMCG. Como foi Ipiranga com o Roger [Selski, ex-prefeito de Ipiranga e ex-presidente da AMCG]. Você lembra do Roger né, ex-prefeito?

Entrevistadora – **Sim.**

Repórter E – Então, na minha concepção, a gente tinha sempre interesse em informar, claro, mas também o interesse comercial de se estar presente, ter acesso em empresa comercial naquela cidade.

Entrevistadora - **Interesse mais do jornal do que do leitor?**

Repórter E - Ah... essas coisas andavam juntas, na minha concepção, né, por que, assim, lá no jornal, por exemplo, tinha uma meta de se dizer jornalismo regional, jornalismo na região, então a gente tinha essa preocupação de ter fonte, de ter contato com pessoas da região. Mas existia um interesse comercial também. As duas coisas andavam juntas. Eu diria que sim.

Entrevistadora - **Então a resposta é informar tanto quem mora no lugar quanto os pontagrossenses?**

Repórter E - Sim. Até porque Ponta Grossa reúne uma quantidade de pessoas que vêm dessas outras cidades. Ou parentes. Existe também.

Entrevistadora - **Qual o nível de cobertura que é privilegiado: notícias sobre Ponta Grossa, sobre o Estado ou sobre a Região dos Campos Gerais?**

Repórter E - Ponta Grossa, Campos Gerais e Estado. Claro que, dependendo do fator noticioso que se taralhasse aí, essas notícias poderiam mudar de, né... Por exemplo, uma notícia da governadora fazendo alguma coisa importante no Estado é mais importante que uma notícia do presidente da AMCG, por motivos óbvios né. Mas uma notícia da governadora fazendo uma coisa importante pra Ponta Grossa era quase que o nível máximo de importância neste tipo de escala. Mas fosse para escalonar seria Ponta Grossa, Campos Gerais e Estado. O Estado só fazia muito sentido pra gente quando fazia sentido pra Ponta Grossa. Por exemplo, ah, pedágio... e a gente puxava por aqui né. Coisas do gênero. Mas o local é sempre o mais forte.

Entrevistadora – **Os repórteres fazem cobertura *in loco*?**

Repórter E - Raramente.

Entrevistadora – **Se sim, no caso raramente, como que funciona essa cobertura?**

Repórter E - Então, esse *in loco* a gente pode dividir em dois momentos. Eu lembro de ter ido para cidades da região em três, quatro momentos nestes cinco anos, pra cobrir visita de autoridade. Por exemplo, fui cobrir, na época, visita da governadora liberando recursos nos últimos dias. Aí a gente viajava com ela, né, acompanhando ela [sic] em vários lugares. Eu lembro que fui em Jaguariaíva, daí fui em Castro, daí fui em Carambeí [sic], daí voltei pra Ponta Grossa. O dia inteiro cobrindo o que a mulher fazia. É, então, esse tipo de situação. Ou uma, uma reunião importante da AMCG, um evento importante, a gente tendia a ir ao local né. Que eu fui uma vez numa destruição causada por chuvas em uma cidade, Sengés. Fui pessoalmente. Coisas grandes.

Entrevistadora – **Isso já faz tempo?**

Repórter E - Já.

Entrevistadora – **Nos últimos seis meses, você se lembra de ter viajado a algum município vizinho para realizar uma reportagem?**

Repórter E - Só com a governadora e outra autoridade.

Entrevistadora – **E quais cidades que foram?**

Jaguariaíva, Castro e Carambeí, nesta ordem. Mas eu já fui em outros. Fui em Piraí, outros municípios. Fui pra Ipiranga, com o governador na época. Também tá dentro desses seis meses tá, com o governador Beto Richa. Ele esteve em Ipiranga. Eu estive nessas cidades em volta, mas sempre com autoridade. Nos últimos seis meses, só com autoridade.

Entrevistadora - **Uma agenda política mesmo.**

Repórter E - Isso. De evento.

Entrevistadora – **E como funciona a busca por notícias dessas outras cidades?**

Repórter E - Primeiro, a gente tinha contato com a assessoria de prefeitura, que é um contato forte. Tinha uma rede de informação né, de fonte mesmo. E eu costumava muito fazer uma espécie de ronda com a minhas fontes. Eu sempre ligava pra elas pra falar da vida e perguntar se tinha alguma novidade. “Jogar verde”. Quando tinha tempo, por que, às vezes, eu estava atolado de pauta e não tinha essa possibilidade. Por exemplo, mês de janeiro, que eu não tinha pauta política porque não tem agenda política efetiva, eu me abraçava muito nesse tipo de pauta, sondar, entendeu? Vamos chamar assim. Ligar para as lideranças da região e sondar o que a AMCG quer para 2019, por exemplo. Ou “ah, vamos ver a composição das câmaras municipais da região”. Coisas do gênero. Então, era um pouco isso. Primeiro, assessoria, né, segundo, sondar com fonte né. Principalmente esses dois caminhos.

Entrevistadora – **Neste tempo em que você ficou no jornal você chegou a visitar todas as cidades que o jornal cobre ou não?**

Repórter E - Todas eu acho que não. Visitei Jaguariaíva, Pirai, Castro, Carambeí, Ipiranga, mais lugar que eu fui... Palmeira. Ventania, eu passei por ventania. Que é perto de Piraí. Sete cidades. Nunca fui pra Fernandes Pinheiro, só passei. Nunca fui cobrir lá. Já fui pra Irati, que é maiorzinha, Castro e essas menores, Porto Amazonas, aquelas cidades mais lá, nunca. Conheci de prefeito, ouvi falar, mas pessoalmente nunca. Talvez eu conheça a maioria *in loco*, mas todas não. Por exemplo, Porto Amazonas não sei onde fica. “Ah, vá pra Porto Amazonas”. Tenho que pôr no Google porque eu não sei. É, que mais que tem que eu não conheça... Rebouças eu sei que é perto de Irati, Sengés eu conheço por causa da chuva. Prudentópolis eu conheço porque é caminho de Guarapuava e tem cachoeira. Acho que o único lugar que eu não conheço mesmo é Porto Amazonas. Imbituva eu conheço, Ipiranga eu conheço, Irati eu conheço, Ivaí eu conheço, Guamiranga eu não conheço. Só sei que é no caminho de algum lugar também. Se eu não me engano, no caminho de Guarapuava.

Entrevistadora - **Como funciona a busca por imagens?**

Repórter E - É difícil. A gente, por vezes, contava muito com assessoria né e como a gente lá no portal tinha obrigatoriedade de imagens, se a pauta não tivesse imagens caía. Era muito comum cair. Ou a gente forçava para ter imagem.

Entrevistadora – **Até no impresso?**

Repórter E - Até no impresso. Por que, assim, até no impresso? Nos últimos três, quatro anos, a lógica inverteu. A gente não produzia mais para o impresso. A gente produzia para o portal. Então a minha preocupação primeiro com o portal, dar acesso [atrair público].

Entrevistadora – **Vocês não escrevem pensando no impresso?**

Repórter E - A única coisa que eu fazia pensando no impresso é que, assim, eu pensava em duas matérias que me dessem abre [principal da página], de política, que eu planejava que no impresso ia ter repercussão. Às vezes tinha, às vezes não. Matéria de, sei lá, agenda da AMCG, não é uma matéria que vai dar acesso, de consumo, mas que dá abre de página, por vezes, dava manchete. A lógica era diferente. Mas, voltando a história da busca da imagem. Sempre tinha que ter uma imagem para segurar. Por exemplo, mesmo se eu fosse fazer uma pauta da AMCG “ah, o que a AMCG quer para 2019?”, tô [sic] projetando, eu ia ter que usar uma foto do Juca, por exemplo. Agora quando era uma pauta factual contava sempre com a assessoria ou com as próprias fontes. Assessor direto, assessor não profissional, vamos chamar assim.

Entrevistadora – **Contato?**

Repórter E - Contato. Porque sem imagem eu tinha dificuldade de segurar. E aí se tivesse essa dificuldade de segurar, eu não tinha tempo para gastar com ela. Então, ia para um cantinho, num lugar que não me importa, sabe. Um pouco da lógica: quanto menos importante pra mim, menos eu vou gastar tempo com ela.

Entrevistadora – **Quais municípios você acha que estão mais presentes no jornal, além de Ponta Grossa?**

Repórter E - Eu acho que são cidades com importância econômica barra [/] política. A gente tem grandes cidades aí do ponto de vista tanto agropecuário como industrial. Das maiores: Ponta Grossa, Castro, Carambeí por conta do parque industrial leiteiro e a gente tem outras cidades de importância: Telêmaco Borba, Jaguariaíva, que já tem algum parque industrial e importam para o jornal em alguns sentidos. Mas as três principais são essas Castro, Carambeí – até por conta da proximidade -, Telêmaco Borba, por conta do tamanho, por conta da Klabin. Ah... e Irati o jornal tentou um tempo, mas lá como eles têm outros periódicos, não teve muita entrada, então, uma importância não é das maiores, mesmo que seja uma cidade grande, seja maior que Castro, por exemplo. Mas eu diria principalmente essas três. Castro, Carambeí e Telêmaco Borba.

Entrevistadora – **Por que a preferência por alguns municípios em detrimento de outros?**

Repórter E - Economia, do ponto de vista da economia, da força política das cidades né. No meu caso, da política, da representação política delas. Castro hoje, por exemplo, é o único município – e São Mateus do Sul – que tem deputado federal da região, além de Ponta Grossa. São colégios eleitorais volumosos né, e econômico. Do ponto de vista de situação econômica, de pauta econômica, de pauta política, que interessa lá como para o consumidor. Castro é um exemplo. Cidade que tem um público consumidor de interesse na empresa na época. Acho que seriam esses, tanto político como econômico.

Entrevistadora – **As outras cidades ficam mais de fora por que não têm tanta representatividade? Ipiranga, por exemplo, depois que o Roger [Selski] deixou de ser presidente da AMCG, ela perdeu um pouco a importância para o jornal?**

Repórter E - Perdeu um pouco a importância para o jornal também porque, por vezes, o prefeito não é uma figura midiática, vamos chamar assim, não tem proximidade com a empresa-jornal, né, proximidade de negócios. Por exemplo, o jornal tem, você deve saber, um projeto chamado Vamos Ler. As prefeituras que apoiam o Vamos Ler, que participam do Vamos Ler, que é um projeto educacional, tendem a ter mais espaço, um pouco mais de proximidade com as fontes. E aqueles que não apoiam acabam não tendo tanta proximidade. Ipiranga é um caso. Que o prefeito, por exemplo, ele não gosta de dar entrevista, não gosta de conversar, né. Ele diz isso,

numa boa. Piraí do Sul, depois da troca de prefeito, o prefeito lá é inacessível. Ele é tão inacessível que eu esqueci o nome dele. Mas é o prefeito novo, o Sandrini. Não fala A com B, não tem pauta, não vinga. Outras cidades. Fernandes Pinheiro é uma cidade que começou... Não, Teixeira Soares, uma cidade que, nos últimos meses, começou a ter acesso com a gente. Pauta. Porque a cidade começou a participar de temas que nos interessavam, no caso, o aterro. Ponta Grossa chegou a cogitar usar, instalar um aterro sanitário lá. Em segundo momento, é que o prefeito é mais acessível. Ele atendia o telefone, conversava. Coisas básicas e aí começou a nos interessar. E nas outras cidades a gente tem muita dificuldade com fonte. Irati, falar com o [prefeito Jorge] Derbli era muito difícil, falava com a esposa dele mas não falava com ele. Então um pouco isso, tanto acesso quanto proximidade econômica, social, editorial, talvez.

Entrevistadora – **Quais os assuntos que mais levam os municípios a serem pauta?**

Repórter E - Então, na minha experiência política, o que mais leva, por vezes, é pauta negativa. O vereador sendo acusado pelo Ministério Público, cassação. Arapoti, por exemplo. A política de Arapoti só tem sido notícia porque tem tido um monte de busca e apreensão na Câmara. Caso contrário, o que Arapoti aprova?... Primeiro, então, esses casos políticos negativos. Segundo, a política propriamente dita né. Aí tem um problema né. Na política, como a gente conhece, regimental, as assessorias desses municípios - inclusive a assessoria da Câmara daqui – tem muita dificuldade em pensar política enquanto notícia. Eles dão muita importância, por exemplo, para o dia da batata quente, mas pouca importância para um projeto que vai discutir o salário dos servidores. Isso, pra gente da redação, não rola. Então, tem o primeiro problema aí, tem essa dificuldade. Pra mim, os principais temas seriam: pauta negativa, a força política e o mecanismo político dessas cidades. Ponta Grossa é muito na frente nisso, porque tem uma Câmara que dá muita notícia, boa e ruim, bizarra ou normal.

Entrevistadora – **E o jornal não depende tanto da assessoria porque está acompanhando direto a sessão, já que ela é transmitida em tempo real pela internet.**

Repórter E - Sim, tem a possibilidade de ver a sessão, escrever na hora o que o cara [sic] está falando. E é público o que ele fala, está na internet, e um abraço. Na Câmara de Arapoti por exemplo não tem essa possibilidade, tendo assessor.

Entrevistadora – **Mas lá eles não transmitem também?**

Não.

Entrevistadora – **Carambeí transmite né?**

Repórter E - Arapoti até transmite, mas as sessões aconteciam à noite. Então, eu não estou na redação, enfim. Então, o primeiro caso de escândalo e na segunda a organização política funcionando. Escândalo a gente vê: cassação de vereador em Carambeí, CEI [Comissão

Especial de Investigação] em Carambeí, tem de monte também, aí tende a virar notícia. Depois o organismo funcionando. Ter o organismo político funcionando o destaque é para grande instituição, instituição maior. Vamos citar aqui a prefeitura de Ponta Grossa e a AMCG. São instituições que sabem funcionar melhor assim. As prefeituras menores têm muita dificuldade, até porque elas estão num outro cenário né.

Entrevistadora – **Você percebe, assim, quando uma assessoria é boa, é eficiente, digamos assim, ajuda a inserir o município no jornal?**

Repórter E - E o contrário também é verdade. Assessoria ruim.... tem uma cidade que faz uns seis meses deixei de cobrir porque era impossível. Não aguentava mais corrigir erro de português em release, erro de informação, era um negócio absurdo. A gente, por exemplo, recebia um release lá da reciclagem, coleta seletiva, e daí o prefeito me ligava dizendo “tal informação está errada”. Aí eu falava “tal informação veio da tua assessoria, não é minha”. Daí você tinha que ficar apagando incêndio que não era seu. Você trabalhou em redação, você sabe, não tem esse tempo. Não tem essa qualidade mental para isso nessa possibilidade. Daí eu deixei de cobrir porque me dava mais trabalho do que... eu só cobria quando tinha indicação do chefe, o chefe mandava “põe no ar” ou “dê secundária” [matéria menor na página do jornal impresso], caso contrário eu jogava de lado. Porque, primeiro, o texto era muito ruim, em questão técnica. Segundo, que não respeitava as regras jornalísticas. Cansei de receber release às oito da noite, sabe, de coisa de três dias atrás, mal escrito, então... Quando era profissional entrava que nem sabão, ia muito fácil. Eu só me atentava para temas polêmicos porque enquanto jornalista poderia ter problemas com isso. Editar o release na íntegra e lá ter angulações que não fossem verdadeiras. E aqui na prefeitura [de Ponta Grossa] a gente teve isso em alguns momentos, tipo a briga da prefeitura com o Sindicato dos Servidores. Aí eu tinha muito cuidado de ouvir mais de uma fonte, que é o Leovanir [presidente do Sindicato] para equilibrar as coisas. Ou, por exemplo, dar uma matéria da prefeitura falando da relação com sindicato, enfim, de qualquer coisa e em seguida já deixar pronta uma matéria do posicionamento do Leovanir, do sindicato ou mais uma matéria do Ministério Público do Trabalho ou coisas do gênero. Mas, respondendo a tua pergunta, objetivamente, sim, assessoria profissional ajuda a prefeitura, a associação entrar, virar notícia e ser notícia constante e o contrário também é verdadeiro. Quando é ruim a gente afasta porque dá muito trabalho.

Entrevistadora – **Você falou dos assuntos, mas só ficou em política. E no olhar geral do jornal, o que mais você acha que leva um município a entrar?**

Repórter E - Notícias negativas. Por exemplo, as notícias que a gente dava da região, falando como repórter de maneira mais ampla, eu me lembro de pouca coisa que aconteceu em

Imbituva, mas morte na estrada que passa por Imbituva saía “a rodo”. É porque é um outro tipo de acontecimento. Eu lembro de duas notícias que fiz sobre Imbituva: vereador sendo acusado pelo Ministério Público por usar dinheiro da Câmara para pagar motel - o filho do ex-prefeito lá - e morte na rodovia, na [BR] 153 que passa lá, de monte. Então são esses assuntos, vamos chamar de polêmicos, ou negativos. E, por vezes, pautas positivas porque como a gente não mora nesses lugares e não conhece, ou não frequenta esses lugares pessoalmente, com assiduidade, pauta positiva só chegava via assessoria e, por vezes, as assessorias desses municípios, por serem pouco profissionais, têm dificuldade em fazer um release que me chame a atenção, um título que eu bata o olho e fale “oh, aqui tem algo importante”. Para você ter uma noção quão complicado era, tinha release que chegava pra gente em Pdf e que eu não podia copiar o Pdf, então como é que eu ia usar o release? E é um absurdo porque isso é técnica. Então, além das notícias negativas são esses achados da assessoria de coisas positivas e alguma coisa que vinha de assessoria, algo básico, pra preencher espaço, que a gente diz: “Ah o prefeito recebendo a Mariazinha”, coisas do gênero. E também alguma coisa que acontecia nessas cidades mas não vinha necessariamente pela prefeitura, vinha por empresa, entidade, né, mas sempre por assessoria. São esses três caminhos principais.

APÊNDICE H – LIVRO DE CÓDIGOS PARA ANÁLISE DE CONTEÚDO – CAPAS

1- ID.

2 - **Jornal:** nome do jornal.

3 - **Data:** data da edição.

4 – **Dia da semana**

5 – **Matéria:** número da entrada na edição.

6 – **Formato:** preencher com código. No caso de manchete, considera-se apenas uma por edição.

CÓD	TIPO
1	Manchete com foto
2	Manchete sem foto
3	Chamada com foto
4	Chamada sem foto
5	Fotolegenda
6	Chamada Título

7 – **Tipo:** preencher com código

CÓD	TIPO
1	Chamada de texto informativo
2	Chamada de texto opinativo

8 - **Título:** transcrição do título.

9 – **Posição**

CÓD	LOCALIZAÇÃO
1	Metade esquerda Superior
2	Metade Direita Superior
3	Ocupa todas as colunas da página em cima
4	Centro primeira dobra
5	Ocupa todas as colunas da página embaixo
6	Centro segunda dobra
7	Metade esquerda inferior

8	Metade direita inferior
---	-------------------------

10 – Município

CÓD.	MUNICÍPIO
0	Sem especificidade/matéria de âmbito geral
1	Não identificado
2	Ponta Grossa
3	Castro
4	Carambeí
5	Reserva
6	Imbaú
7	Telêmaco Borba
8	Ventania
9	Piraí do Sul
10	Arapoti
11	Palmeira
12	Tibagi
13	Sengés
14	Jaguariaíva
15	Imbituva
16	Curitiba
17	Ipiranga
18	Rio de Janeiro
19	Irati
20	Tomazina
21	Brasília
22	Ortigueira

11 - Abrangência: Área principal de abrangência do tema que está sendo tratado na chamada. Deve-se considerar a cidade que sedia o jornal apenas para a abrangência local. Em chamadas sobre eventos em outros locais que não a cidade de origem do jornal deve-se avaliar se o código correto é regional ou nacional.

CÓD	TIPO	Explicação
1	Local	Ponta Grossa
2	Regional	Cidades dos Campos Gerais
3	Estadual	Cidades e/ou Interesse geral do Estado
4	Nacional	Cidades e/ou Interesse geral do Brasil
5	Não identificado	Não cita nenhuma cidade

12 - Tema geral: preencher com o código para tema predominante na chamada.

CÓD	TEMA	Explicação
1	Campanha eleitoral ou partidos políticos	Sobre candidatos a prefeito, vereador ou organização partidária para as eleições de 2010.
2	Político Institucional	Temas envolvendo órgãos federal, estadual ou municipal. Poder Executivo, Legislativo ou Judiciário e da Sociedade Organizada.
3	Economia	De movimentos da bolsa de valores a expectativa de produção agrícola, passando por salários, emprego, etc...
4	Saúde	Casos que envolvam o sistema público de saúde, tais como falta de atendimento ou melhoria da qualidade dos serviços.
5	Educação	Envolve educação pública e privada, em todos os níveis.
6	Infraestrutura urbana	Obras de desenvolvimento urbano, crescimento industrial, sistema de transportes, moradia, vias urbanas, etc.
7	Meio ambiente	Manutenção, preservação ou devastação ambiental. Descobertas a respeito do impacto do homem sobre o meio-ambiente.
8	Violência e Segurança	Crescimento da violência, índices, casos isolados, mortes, sistema presidiário, investimentos em segurança e combate ao crime.
9	Acidentes/Fatos inesperados	Colisões, afogamentos, incêndios, etc.
10	Variedades/Cultura	Temas que envolvem estrelas do entretenimento, da mídia de massa ou relacionados a produções culturais.

11	Esportes	Temas relacionados a esportistas, competições e entidades do esporte.
12	Outro	Temas que não possam ser enquadrados em nenhuma das alternativas apresentadas acima.
13	Pessoa do político	Temas que evidenciam a atuação de um político com cargo eletivo (p.e., governador, deputado, prefeito) acima da questão política.
14	Assistência social	Temas relacionados a assistência social, seja do poder público ou da sociedade civil.

13 – Elemento selecionador: Por que o assunto se tornou notícia de capa; critérios de noticiabilidade. (Baseado em Shoemaker, 2014). Códigos: presença = 1 ou ausência = 0.

E1 - *desvio estatístico*; que se refere a eventos que são excêntricos ou não-usuais, ou ainda que chamam atenção por configurarem realizações ou acidentes acima ou abaixo da média;
INCOMUNS, INSÓLITOS

E2 *desvio normativo*; relativo à violação e à elaboração de leis e regras manifestas ou latentes;
QUEBRA DE LEIS E NORMAS

E3 *desvio de mudança social*; que inclui elementos supostamente rompedores da estabilidade de um dado sistema social, embora diga respeito a aspectos que vão de contextos restritos (um bairro, por exemplo) a conjunturas mais abrangentes (nações e outras instâncias internacionais).

E4 significância política – AÇÕES LEGISLATIVAS

E5 significância econômica - LUCROS

E6 significância cultural

E7 significância pública – BEM ESTAR SOCIAL

E8 interesse corporativo

14 - Observações

APÊNDICE I – LIVRO DE CÓDIGOS PARA ANÁLISE DE CONTEÚDO – PÁGINAS INTERNAS

Livro de códigos Jornais - INTERNA

- 1 – **IDENTIFICAÇÃO** da matéria
- 2 – **JORNAL** nome do jornal.
- 3 – **DIA DA SEMANA**
- 4 – **DATA** da publicação.
- 5 - **MATÉRIA** indica a numeração sequencial das matérias naquela edição daquele jornal.
- 6 - **FORMATO** indica o tipo de matéria noticiosa de acordo com a seguinte classificação:

CÓDIGO	TIPO	Explicação
1	Nota	Texto curto, de um parágrafo, normalmente inserido em coluna
2	Reportagem/matéria	Textos informativos e noticiosos produzidos por jornalistas/agências/assessorias
3	Fotolegenda	Nota curta acompanhada com foto
5	Editorial	Texto opinativo, em espaço fixo no jornal, sem assinatura, que representa a opinião do próprio veículo de comunicação.
6	Entrevista Píngue-pongue	Entrevista no formato pergunta-resposta
7	Anúncio	Anúncio publicitário, seja na capa ou nas páginas internas
8	Boxe	Texto complementar a uma reportagem/matéria

7 - **TÍTULO** transcrever o título da matéria.

8 - **AUTOR** escrever o nome do autor, quando houver crédito, ou da agência de notícias responsável.

9 – SUPOSTA ORIGEM DA MATÉRIA

- 1 – Próprio jornalista

- 2 – Agências
- 3 – Assessorias
- 4 – Não identificável

10 - EDITORIA

11 - **PÁGINA** número da página.

12 - **POSIÇÃO** localização da matéria relativa ao espaço que ocupa na página.

CÓDIGO	TIPO
1	Página Inteira
2	Metade Superior
3	Metade Inferior
4	Metade Direita
5	Metade Esquerda
6	Quadrante Superior Direito
7	Quadrante Superior Esquerdo
8	Quadrante Inferior Direito
9	Quadrante Inferior Esquerdo

13 – **TAMANHO** número de parágrafos

- 1 – 1 e 2 parágrafos
- 2 – 3 a 5 parágrafos
- 3 – 6 ou mais parágrafos

14 - BOX

- 0 – Ausência
- 1 – Presença

15 – FOTO

- 0 – Ausência
- 1 – Presença

16 – ORIGEM DA FOTO

- 1 – Repórter fotográfico
- 2 – Divulgação

3 – Não identificado

17 – **DESCRIÇÃO DA FOTO**18 – **MUNICÍPIO**

CÓD	MUNICÍPIO
0	Sem especificidade/matéria de âmbito geral
1	Não identificado
2	Ponta Grossa
3	Castro
4	Carambeí
5	Reserva
6	Imbaú
7	Telêmaco Borba
8	Ventania
9	Piraí do Sul
10	Arapoti
11	Palmeira
12	Tibagi
13	Sengés
14	Jaguariaíva
15	Imbituva
16	Guamiranga
17	Ipiranga
18	Prudentópolis
19	Irati
20	Curiúva
21	Porto Amazonas
22	Ortigueira
23	Ivaí
24	São João do Triunfo
25	Fernandes Pinheiro
26	Teixeira Soares
27	Rebouças

19 - **TEMA GERAL** relacionado ao assunto que predomina no texto (ver lista ao final).

20 - **TEMA ESPECÍFICO** relacionado ao assunto que predomina no texto (ver lista ao final).

21 – **ABRANGÊNCIA**

CÓD	TIPO	Explicação
1	Local	Município ou município com Ponta Grossa
2	Regional	Mais de um município da região (por exemplo, Castro + Carambeí)
3	Estadual	Âmbito estadual
4	Nacional	Âmbito nacional
5	Não identificado	Não cita qualquer município

22 - **RESUMO/LEGENDA** breve texto que deve complementar informações que não constam no título da entrada.

23 – **TIPO DE FONTE** (ausência = 0 ou códigos abaixo para presença por predominância).

Aplicado para todas as fontes. Deve-se codificar a fonte mais citada ou, no caso de existirem duas com o mesmo número de citações, a primeira.

CÓD.	TIPO	Explicação
1	Lobista	São ouvidos por defenderem grupos e interesses
2	Especialista /Intelectual	São ouvidos por terem conhecimento científico ou profissional
3	Defensor de Interesse público	São ouvidos por defenderem o interesse geral ou grupos marginalizados. Ex: representantes de famílias carentes, técnicos que falam sobre determinada área dos planos de governo, etc.
4	Porta-voz de temas marginais	São ouvidos por expressarem suas opiniões sobre temas negligenciados. Ex. fontes que falam sobre o impacto de obras de infraestrutura na manutenção de espécies animais e vegetais nativas de determinada região, defesa de direitos de minorias, etc.
5	Outro	A citação de qualquer tipo de fonte que não se enquadre nas categorias anteriores ou que pareça dúbia deve ser codificada como outro.

Baseado em Habermas (2006).

24 – **ORIGEM DA FONTE** – (ausência = 0 ou códigos abaixo para presença por predominância ou precedência). Deve-se registrar a codificação da primeira ou da fonte mais citada no texto.

CÓD.	TIPO	Explicação
1	Oficial habitual	Representam instituições públicas ou privadas, não falando apenas em seu próprio nome, mas sim institucionalmente. Ex: Presidente da federação dos transportadores rodoviários de cargas ao opinar sobre a necessidade de obras de infraestrutura.
2	Disruptiva Social	Representam opiniões expressas a partir de eventos ou crises sociais que gerem algum tipo de confronto ou instabilidade social. Aqui, o fato social é maior do que a fonte que o expressa. Ex: Presidente do sindicato dos caminhoneiros durante uma manifestação que interrompeu o trânsito em determinada rodovia do país ou militante que foi preso durante conflito em comício político.
3	Cidadão individualizado	Deve-se codificar como Outro qualquer fonte que não for representante oficial de órgãos públicos (diretos ou indiretos) e que não esteja promovendo nenhum confronto ou instabilidade social. Ou seja, trata-se de fonte da sociedade organizada que fala em nome dela mesma ou de uma organização não ligada ao aparato Estatal.
4	Próprio jornalista	Situações em que o repórter, sem nenhuma outra citação de fonte, apresenta ou descreve situação a partir de observação direta ou memória histórica. Ex.: Acompanha reunião de partido e conta o que viu sem citar ninguém.
<i>Baseado em Molotch e Lester (1993) Santos (2001)</i>		

25 – **NÚMERO DE FONTES** – total de fontes citadas ao longo do texto

26 – **OBSERVAÇÕES**

Lista de Temas

CÓD	TEMA GERAL	CÓD	TEMA GERAL
-----	------------	-----	------------

1	Campanha Eleitoral	8	Violência e Segurança
2	Político-institucional	9	Acidentes
3	Economia	10	Cultura/variedades
4	Saúde	11	Esportes
5	Educação	12	Outro
6	Infraestrutura urbana	13	Pessoa do político
7	Meio ambiente	14	Assistência Social

CÓD.	TEMA	T. GERAL
100	Corrida Eleitoral	1
200	Governo Federal	2
201	Governo Estadual	2
202	Governo Municipal	2
203	Câmara Federal e Senado	2
204	Votação/discussão de projeto de lei Câmara Municipal	2
205	Assembleia Estadual	2
206	Poder Judiciário	2
208	Partido ou instituições políticas	2
209	Declarações/anúncio de deputado federal	2
210	Declarações/anúncio de deputado estadual	2
211	Declarações/anúncio de vereador	2
212	Declarações/anúncio do prefeito	2
213	Outros	2
300	Finanças (juros, câmbio, bolsas)	3
301	Indústria	3
302	Agronegócio	3
303	Comércio (local ou importação/exportação)	3
304	Emprego, desemprego e salário	3
305	Indicadores econômicos (PIB, renda per capita, dívida pública)	3

306	Política econômica (crescimento, planejamento, incentivo)	3
307	Empreendedorismo	3
400	Campanhas de saúde	4
401	Doenças	4
402	Greve	4
403	Investimento	4
500	Investimento público	5
501	Ensino e pesquisa	5
502	Educação privada	5
503	Greve	5
600	Obras	6
601	Saneamento básico	6
602	Energia	6
700	Lixo	7
701	Denúncias	7
702	Mudança de estação /temperatura	7
703	Temporais, alagamentos, etc.	7
800	Violência e crime organizado	8
801	Julgamento de crimes	8
802	Sistema penitenciário / prisional	8
803	Política de segurança	8
804	Investigações	
805	Furto/roubo	
806	Homicídio	
807	Estupro	
808	Briga	
900	Colisões com morte	9
901	Colisões sem morte	9
902	Atropelamento	
903	Afogamento	
904	Incêndio	
1000	Política de incentivo à atividade cultural	10

1001	Espaços culturais – bibliotecas, escola, música, teatro.	10
1002	Parcerias com segmentos culturais	10
1003	Proposta para área de lazer	10
1004	Artistas e estrelas do mundo artístico	10
1005	Política de incentivo ao turismo	10
1006	Evento artístico	10
1100	Eventos esportivos	11
1101	Política de incentivo ao esporte	11
1200	Outro	12
1300	Governador	12
1301	Prefeito	13
1302	Vereador	
1303	Dep. Federal	
1304	Dep. Estadual	
1305	Senador	
1400	Política pública de assistência	14
1401	Jornal expõe problema para pedir ajuda	14
1402	Sociedade civil presta assistência	14

ANEXO A – TERMOS DE CONCESSÃO DE ENTREVISTAS



CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA

Pelo presente documento, EU Patricia Lucini, brasileiro (a), portador do RG 8 185310-0 e do CPF-045638499-80 declaro ceder a Edilene dos Santos Ogura, brasileira, portadora do RG 13.593.421-6 e do CPF 043.625.599-57, mestranda da Universidade Estadual de Ponta Grossa, residente na Rua Pedro Mascarenhas Ribas, 234, apto 102 – Ponta Grossa (PR), sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. A pesquisadora acima citada fica conseqüentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso à mesma para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor (a).

Ponta Grossa, 18 de outubro de 2018.

Patricia Lucini

(Assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" - PUC/SP)



CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA

Pelo presente documento, EU Wagner Jandira de Souza, brasileiro (a), portador do RG 9.640.583-9 e do CPF-072.841.559-30 declaro ceder a Edilene dos Santos Ogura, brasileira, portadora do RG 13.593.421-6 e do CPF 043.625.599-57, mestranda da Universidade Estadual de Ponta Grossa, residente na Rua Pedro Mascarenhas Ribas, 234, apto 102 – Ponta Grossa (PR), sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. A pesquisadora acima citada fica conseqüentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso à mesma para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor (a).

Ponta Grossa, 19 de outubro de 2018.

Wagner Jandira de Souza
(Assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" - PUC/SP)



CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA

Pelo presente documento, EU MÁRIO GIL MARFINS, brasileiro (a), portador do RG 3736 721-7 PR e do CPF-565.406.398-53 declaro ceder a Edilene dos Santos Ogura, brasileira, portadora do RG 13.593.421-6 e do CPF 043.625.599-57, mestranda da Universidade Estadual de Ponta Grossa, residente na Rua Pedro Mascarenhas Ribas, 234, apto 102 – Ponta Grossa (PR), sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. A pesquisadora acima citada fica conseqüentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso à mesma para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor (a).

Ponta Grossa, 22 de outubro de 2018.

(Assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" - PUC/SP)



CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA

Pelo presente documento, EU Guillermo Rogala, brasileiro (a), portador do RG 9.328.315-5 e do CPF-066.379.029-85 declaro ceder a Edilene dos Santos Ogura, brasileira, portadora do RG 13.593.421-6 e do CPF 043.625.599-57, mestranda da Universidade Estadual de Ponta Grossa, residente na Rua Pedro Mascarenhas Ribas, 234, apto 102 – Ponta Grossa (PR), sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. A pesquisadora acima citada fica conseqüentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso à mesma para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor (a).

Ponta Grossa, 22 de outubro de 2018.

Rogala
 (Assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" - PUC/SP)



CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA

Pelo presente documento, EU Alonso F. Viana, brasileiro (a), portador do RG 12.977.290-2 e do CPF-079.327.759-06 declaro ceder a Edilene dos Santos Ogura, brasileira, portadora do RG 13.593.421-6 e do CPF 043.625.599-57, mestranda da Universidade Estadual de Ponta Grossa, residente na Rua Pedro Mascarenhas Ribas, 234, apto 102 – Ponta Grossa (PR), sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. A pesquisadora acima citada fica conseqüentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso à mesma para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor (a).

Ponta Grossa, 07^o de novembro de 2018.

Alonso Viana
 (Assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" - PUC/SP)



CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA

Pelo presente documento, EU Lauan do Reis Brick, brasileiro (a), portador do RG 5.859.936.6 e do CPF-92706550-30 declaro ceder a Edilene dos Santos Ogura, brasileira, portadora do RG 13.593.421-6 e do CPF 043.625.599-57, mestranda da Universidade Estadual de Ponta Grossa, residente na Rua Pedro Mascarenhas Ribas, 234, apto 102 – Ponta Grossa (PR), sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. A pesquisadora acima citada fica conseqüentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso à mesma para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor (a).

Ponta Grossa, 18 de outubro de 2018.

Lauan R. Brick

(Assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" - PUC/SP)



CESSÃO GRATUITA DE DIREITOS DE ENTREVISTA

Pelo presente documento, EU Jefferson Augusto Gonçalves, brasileiro (a), portador do RG 18661423-2 e do CPF-052.521.469-00 declaro ceder a Edilene dos Santos Ogura, brasileira, portadora do RG 13.593.421-6 e do CPF 043.625.599-57, mestranda da Universidade Estadual de Ponta Grossa, residente na Rua Pedro Mascarenhas Ribas, 234, apto 102 – Ponta Grossa (PR), sem quaisquer restrições quanto aos seus efeitos patrimoniais e financeiros, a plena propriedade e os direitos autorais da entrevista de caráter histórico e documental que prestei à pesquisadora/entrevistadora aqui referida como subsídio à construção de sua dissertação de Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. A pesquisadora acima citada fica conseqüentemente autorizada a utilizar, divulgar e publicar, para fins acadêmicos e culturais, a mencionada entrevista, no todo ou em parte, editada ou não, bem como permitir a terceiros o acesso à mesma para fins idênticos, com a única ressalva de garantia da integridade de seu conteúdo e identificação de fonte e autor (a).

Ponta Grossa, 18 de setembro de 2018.

Jefferson Augusto Gonçalves
(Assinatura do entrevistado/depoente)

(Adaptado do CEDIC-Centro de Documentação e Informação Científica "Professor Casemiro dos Reis Filho" - PUC/SP)