

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

O Jornalismo Regional em Perspectiva: da alternativa ao impresso ao formato online

Aline Ferreira Pádua, Mestre em Comunicação, FAAC/ UNESP

Nayara Kobori, Mestranda em Comunicação, FAAC/ UNESP

RESUMO

Em primeiro de setembro de 2010, aos 125 anos de história, o *Jornal do Brasil* (JB), diário carioca de renome nacional, deixou de circular em versão impressa, tornando-se 100% digital. Ao anunciar a mudança, o empresário Nelson Tanure, detentor dos direitos da marca JB, afirmou ao jornal *Folha de S.Paulo*: “O JB vai sair do papel e entrar para a modernidade”. O fim da versão impressa aparece como resultado da grave crise financeira enfrentada pela empresa e como consequência da queda de vendas.

O desaparecimento das edições impressas do jornal, até então, o mais antigo em circulação no Brasil apontaram, à época, para o desenvolvimento da crise do jornalismo, sobretudo, dos meios impressos. As discussões em torno do fim do jornalismo impresso invadiram redações, universidades e eventos da área nos anos seguintes. No ano passado, o tema voltou ao centro do debate durante o X Congresso da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji). A crise dos jornais impressos foi apontada, na ocasião, como resultado de duas crises: uma de ordem conjuntural, baseada no cenário político e econômico, e outra, estrutural, causada pela revolução digital.

O caso do *Jornal do Brasil* é ilustrativo da realidade vivida dia-a-dia pelas empresas jornalísticas nacionais e internacionais: perda de anunciantes, redução de verbas, queda de vendas, demissões em massa, fechamento de jornais. Títulos como *Gazeta Mercantil*, *O Estado do Paraná*, *Jornal da Tarde*, *Diário do Povo*, *Diário do*

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Comércio, O Sul e Brasil Econômico deixaram de circular em versão impressa ou foram fechados entre 2009 e 2015. Em 2015, segundo dados do Portal Comunique-se, 1.400 jornalistas foram demitidos. *O Globo, Extra, Expresso, Diário de Pernambuco e Estado de S. Paulo* são apontados como campeões em números de demissões.

A pergunta “Há futuro para o jornalismo impresso?” permanece em debate, divide opiniões e, até o momento, continua sem definição. Questiona-se, também, se a crise em curso refere-se ao formato (jornalismo) ou ao suporte (jornal impresso). Fato é que o jornalismo, como forma de comunicação, vive uma nova fase de transição. Como alternativa, propomos aqui, uma discussão em torno das potencialidades do jornalismo regional, ligadas ao localismo e a proximidade, em sobreviver frente aos formatos tradicionais de jornalismo, atuando, assim, na (re) construção do jornalismo.

Nosso desafio é, portanto, promover um debate reflexivo acerca das práticas que envolvem o jornalismo regional. A discussão está centrada em como esse formato pode agir não só como uma alternativa aos meios impressos, mas também como uma perspectiva para as práticas jornalísticas contemporâneas, que envolvem nichos e públicos específicos. Dessa forma, esboçaremos algumas considerações sobre as características e o desenvolvimento do jornalismo regional, bem como as perspectivas dessa forma na imprensa e nos jornais online.

De acordo com Camponez (2002), o jornalismo regional, também conhecido como local ou do interior é marcado pela forte territorialização, tendo uma forte proximidade com os agentes e instituições sociais que dominam o espaço em que estão inseridos. Assim, tem-se o compromisso com o território geograficamente localizado e com as pessoas que ali habitam (CAMPONEZ, 2002, p. 19). Lopes (1998) completa que é nesse cenário que o leitor encontrará as informações que interessam para o seu dia-dia, em uma linguagem acessível e particular. Independente da posição editorial adotada, os jornais locais informam interesses próximos dos receptores, garantindo um processo natural de identificação com a notícia (LOPES *et. al.*, 1998). Ou seja, a proximidade com o público, o espaço disponibilizado para abordar questões locais e regionais e o papel de fiscalizador da coisa pública atribuem

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

ao jornal local e regional relevância suficiente para ser objeto de estudo científico tão importante quanto o jornalismo de massas e a imprensa das grandes capitais (COLUSSI, 2005).

Por essa forte atuação na sociedade, o jornalismo regional não se restringiu ao seu suporte tradicional impresso, acompanhando as tendências tecnológicas e da informação e promovendo melhorias em sua estrutura discursiva e textual (COUTO, 2010). Barbosa (2002) salienta que o “portal regional”, termo que utiliza para designar o ciberjornalismo do interior, trabalha como um elemento que irá potencializar a socialização do uso das redes telemáticas na comunidade, além de fortalecer o sentimento de pertencimento e identidade. Lopez (2008) irá compartilhar do mesmo pensamento, afirmando que é na internet que novas possibilidades se abrirão ao jornalismo de proximidade, com ampliação de produtos e meios de divulgação da notícia. No ciberjornalismo regional poderemos preencher lacunas deixadas pelos grandes portais noticiosos, com uma informação direcionada, feita para atrair usuários de determinadas áreas, mais uma vez, em um processo de identificação (BARBOSA, 2002).

Peruzzo (2003), em uma feliz passagem, destaca que com o advento das novas tecnologias, em especial a internet, as relações sociais passam a ser estabelecidas por meio da proximidade, levando em conta os interesses e identificações das comunidades. Ou seja, há uma troca de conteúdos simbólicos comuns, que ultrapassam somente a questão geográfica, tendo laços de identidade diversos, como costumes, tradições, ideologias ou história (PERUZZO, 2003. p. 69). Rocha (2014) resume justamente essa condição em sua dissertação de mestrado: ao citar Lopez (2008), diz que é no local que temos um espaço de experiências e valores culturais compartilhados, entre emissor e receptor, visto que “o jornalismo local interpreta a realidade pelo prisma dos valores compartilhados” (ROCHA, 2014, p. 68).

Para ilustrar a nossa defesa do jornalismo regional como alternativa aos impressos e perspectiva para o ciberjornalismo, utilizaremos como objetos de estudo o “Diário da Região”, de São José do Rio Preto-SP, e o “A Cidade”, de Ribeirão

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Preto-SP. Ambos trabalham com o impresso e o portal de notícias, sendo possível observar a sua representatividade e prevalência em seus territórios como mídia impressa, bem como as práticas de jornalismo online aplicadas no contexto regional. Dessa forma, estruturamos nossa reflexão na maneira de como pensar a questão da proximidade, como fonte rica para a preservação da imprensa escrita e como parte da “cultura de nichos”, do ciberjornalismo.

Palavras-chave: jornalismo regional; proximidade; impresso; ciberjornalismo; perspectiva.

BIBLIOGRAFIA

BARBOSA, S. **Jornalismo digital e a informação de proximidade:** o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzanaportais-mestrado.pdf>. (Acesso em 16 de outubro de 2016).

CAMPONEZ, C. **Jornalismo de Proximidade.** Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

COLUSSI, J. **Jornalismo regional e construção da cidadania:** O caso da Folha da Região de Araçatuba. Dissertação de Mestrado, FAAC- Bauru, 2005.

COUTO, P. F. **Ciberjornalismo regional:** aproveitamento das potencialidades da web dos nove jornais regionais com maior audiência no distrito de Porto. Dissertação (Mestrado). Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação da Universidade de Porto. Porto, 2010.

LOPES, D. F.; COELHO SOBRINHO, J.; PROENÇA, J. L. (Orgs). **A evolução do jornalismo em São Paulo.** São Paulo: Edicon: ECA/USP, 2a. ed, 1998.

LOPEZ, G. **Ciberperiodismo en la proximidad.** Sevilla: Comunicación Social, 2008.

PERUZZO, C. M. K. Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil. **XXVI Congresso Anual de Ciência da Comunicação.** Belo Horizonte, 2003.

ROCHA, J. M. **O “glocal” no ciberjornalismo regional:** análise dos sítios de webnotícias de Dourados. Dissertação (Mestrado). Programa de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Campo Grande, 2014.