

PAULA RESENDE CHAVES

JORNALISMO DE INTERIOR:
PROJETO EXPERIMENTAL DE UM
PERIÓDICO PARA O MUNICÍPIO RURAL DE
CORONEL XAVIER CHAVES

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social/ Jornalismo

2009

PAULA RESENDE CHAVES

JORNALISMO DE INTERIOR:
PROJETO EXPERIMENTAL DE UM PERIÓDICO PARA
O MUNICÍPIO RURAL DE CORONEL XAVIER CHAVES

Projeto Experimental apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Ms. Ricardo Duarte
Gomes da Silva

Viçosa – MG
Curso de Comunicação Social/Jornalismo

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Luiz Eugênio e Andréa, pela demonstração diária de amor e apoio incondicional. Às minhas irmãs, Laura e Bruna, pelo carinho e por todas as ajudas ao longo desses quatro anos. Aos meus avós e tios, pelas palavras amigas e cartinhas. Aos meus primos e cunhados, por torcerem pelo meu sucesso. Às Lulus, que se tornaram minha segunda família e meu refúgio. Ao Victor, meu namorado, pela atenção, pelo bom humor contagiante e pelas inúmeras correções textuais durante esse trabalho. Aos professores, pelo conhecimento compartilhado. Ao meu orientador Ricardo, pela paciência e grande ajuda na construção do projeto experimental. Ao Victor Godoi, pela disponibilidade e presteza durante a diagramação do jornal. A todos os xavierenses que se dispuseram a responder o questionário referente ao projeto. Aos que se aventuraram e vieram me visitar, pois sei que o caminho é longo! Agradeço a Deus por ter me colocado em Viçosa, onde pude conhecer amigos tão especiais e obter grande aprendizado acadêmico e pessoal. Todos vocês foram fundamentais para que eu vencesse mais essa etapa. Muito obrigada!

RESUMO

O projeto experimental “Jornalismo de Interior: projeto experimental de um periódico para o município rural de Coronel Xavier Chaves” cria o projeto gráfico e editorial de um jornal local, que compõem um protótipo de jornal impresso. O protótipo tem seu conteúdo editorial todo voltado para a cidade de Coronel Xavier Chaves, localizada em Minas Gerais. A delimitação desse conteúdo foi feita com base em uma pesquisa realizada com o público-alvo. Já a filosofia editorial se baseou no estudo sobre o jornalismo no interior e a partir desse conhecimento, no que dele se entendeu como sendo a melhor maneira de colocá-lo em prática no interior, ou seja, um jornalismo informativo e ético. Para realizar a diagramação, foram usados principalmente os recursos básicos de design, *alinhamento, proximidade, repetição e contraste*, caracterizados por Robin Williams.

PALAVRAS-CHAVE

Coronel Xavier Chaves; diagramação; jornalismo interiorano; jornal impresso

ABSTRACT

The experimental project “Country Journalism: experimental project of a periodic for the rural city of Coronel Xavier Chaves”, creates graphic and editorial projects for a local newspaper, making up a prototype of the printed newspaper. The prototype has its editorial content all focused on the city of Coronel Xavier Chaves, located in Minas Gerais. The delimitation of this content was based on a survey of the audience. The philosophy editorial was based on the study of country journalism and from this knowledge, as it is considered as the best way to put into practice within the ethical and informative journalism. To perform the layout, were mainly used the basic features of design, *alignment, proximity, repetition and contrast*, characterized by Robin Williams.

KEY-WORDS

Coronel Xavier Chaves; design; country journalism; printed newspaper

LISTA DE GRÁFICOS

1. RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO.....	45
1.1 Meio de comunicação local que os xavierenses mais adquirem informações.....	45
1.2. Suficiência dos meios de comunicação locais para obtenção das informações por parte dos xavierense.....	45
1.3. É necessário um jornal com informações locais para Cel. Xavier Chaves?.....	46
1.4. Quais assuntos são necessários em um jornal de conteúdo local para Coronel Xavier Chaves.....	46
1.5. De quanto em quanto tempo um jornal local deve ser publicado para suprir as necessidades informativas da cidade?.....	47
1.6. Qual o preço você pagaria por um jornal local contendo de 8 a 12 páginas?.....	47
1.7. Você se tornaria assinante de um jornal local?.....	48

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	09
2. REFERÊNCIAS TEÓRICAS	13
2.1 Jornalismo no interior	13
2.2 Diagramação e leitura	17
3. RELATÓRIO TÉCNICO	21
3.1 Pré-produção	21
1) Pesquisa de Campo	21
2) Aplicação do questionário	22
2.1) Resultados do questionário	22
2.1.1) Perguntas I, II e III – necessidade de um meio de comunicação local	23
2.1.2) Pergunta IV - conteúdo.....	23
2.1.3) Pergunta V - periodicidade.....	24
2.1.4) Pergunta VI - distribuição	24
2.1.5) Pergunta VII – preço da venda avulsa	25
2.1.6) Pergunta VIII - assinatura	26
3) Pesquisa nas gráficas	26
3.1) Escolha dos elementos do jornal.....	27
4) Entrevistas	28
4.1) Lúcio Sant`Ana - Tribuna Livre.....	29
4.2) Pélmio Carvalho - Folha da Mata.....	31
3.2 Planejamento editorial e gráfico.....	33
1) Linha editorial.....	33
2) Divisão das editorias	34
3) Codificação dos elementos.....	36
4) Projeto gráfico.....	38

4.1) Alinhamento.....	38
4.2) Proximidade	38
4.3) Contraste	39
4.4) Repetição	39
3.3 Produção gráfica do protótipo	39
3.4 Revisão e impressão	40
3.5 Características do protótipo “Chaves da Informação”.....	40
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
6. Gráficos	45
7. Anexos	49
1.) Questionário	49
2.) Mapa urbano de Coronel Xavier Chaves, englobando os quatro bairros: Centro, Nossa Senhora da Conceição, Vila Fátima e Vila Mendes	51
3.) Mapa da zona rural de Coronel Xavier Chaves englobando: São Caetano, Olhos D’água, Quebra Machado, Planalto de Fátima, Água Limpa, Cachoeira, Pinheiros, Invernada, Brumado e Barreiro	52
4.) Entrevista Lúcio Sant`Ana	53
5.) Entrevista Pélmio Carvalho	63

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho de conclusão de curso foi produzir um protótipo de jornal impresso de cunho local, desenvolvido para a cidade de Coronel Xavier Chaves, localizada na região do Campo das Vertentes, Minas Gerais.

Para chegarmos à fase final desse trabalho, que foi a construção do protótipo, primeiramente levantamos referências bibliográficas sobre o jornalismo realizado no interior e sobre a diagramação. Em busca de mais informações sobre a prática do jornalismo interiorano, entrevistamos dois donos de jornais viçosenses. Para saber sobre a viabilidade do periódico e das preferências do público-alvo realizamos uma pesquisa. Também visitamos algumas gráficas para nos interarmos do preço das impressões e da qualidade dos papéis.

O município rural de Coronel Xavier Chaves tem 3.194 habitantes, segundo o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹, que ocorreu em 2007. É uma cidade com poucos habitantes, e estruturada com as mesmas bases das outras cidades pequenas, contendo Prefeitura, Câmara Municipal, Secretarias Municipais, escolas, posto de saúde, comércio, serviços, etc.

Atualmente, os xavierenses não contam com nenhum meio de comunicação local dotado de periodicidade na produção e divulgação de elementos noticiosos. Cabe ressaltar que existe na cidade uma rádio comunitária, um site institucional da Prefeitura Municipal² e o alto-falante da Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição, porém, nenhum deles tem o caráter estritamente noticioso.

A Rádio Comunitária São Francisco segue a linha de entretenimento, dando vez ou outra alguma nota informativa referente ao município. O site possui informações ditas “frias”, como por exemplo, dados estatísticos, serviços disponíveis na cidade, secretarias municipais existentes, entre outros. O alto-falante da Igreja Matriz, além de tocar músicas religiosas, divulga para a população notas com importância local, porém não possui uma periodicidade, nem um planejamento fixo de programação.

Explicitado o fato de haver três meios de comunicação na cidade, porém sem produzirem matérias com as características jornalísticas como: periodicidade, atualidade e consideração às fontes; pode-se basear em Marques de Melo (2003) que afirma ser necessário

¹ www.ibge.gov.br/cidadesat. Acesso em: maio 2009.

² www.coronelxavierchaves.mg.gov.br. Acesso em: maio 2009.

o uso dos veículos para tornar os fatos públicos, sem que isso, entretanto, signifique dizer que todos eles veiculem apenas matérias jornalísticas.

O jornal, assim como a revista, ou o rádio e a televisão, constitui instrumento indispensável para o exercício do jornalismo, mas não exclusivamente. É possível encontrar um jornal que contenha apenas matérias jornalísticas. Mas é possível encontrar jornal que só contenha anúncios (propagandas) e nenhuma matéria vinculada ao universo da informação de atualidades. Logo, o jornalismo articula-se necessariamente com os veículos que tornam públicas suas mensagens, sem que isso signifique dizer que todas as mensagens ali contidas são de natureza jornalística. (MARQUES DE MELO, 2003, p.16)

Nesse contexto de escassez de um meio que produza informações jornalísticas locais em Coronel Xavier Chaves, a comunicação oral, “boca-a-boca”, é bem difundida, embora insuficiente. Assim, faz-se necessária uma comunicação formal. Foi dessa necessidade informacional que surgiu a idéia de montar o protótipo de um jornal local para os xavierenses.

A escolha da cidade citada foi dada por motivos pessoais, já que a autora desse projeto experimental é natural de Coronel Xavier Chaves, cidade onde nasceu e viveu até antes de vir para Viçosa em maio de 2006, cursar Comunicação Social/Jornalismo. O intenso convívio na cidade pôde proporcionar facilidades para determinar as melhores características de um jornal impresso visando sanar as necessidades informativas locais da população.

A preferência pelo veículo impresso em detrimento dos outros existentes se justifica, principalmente, pela possibilidade de difusão dos acontecimentos, de modo a torná-los acessíveis ao público-alvo. Portanto, através desse meio comunicacional escolhido, a população terá mais acesso as informações.

Nesse sentido de acessibilidade, a produção de um site seria inviável, já que no município é pequeno o número de pessoas que possuem computadores e acesso à internet em suas residências. Se a transmissão das informações fosse feita via rádio, certamente chegaria com eficácia ao público-alvo, porém a recusa desse veículo foi dada por motivos pessoais, já que a autora tem preferência pelo jornalismo impresso, área que pretende seguir profissionalmente.

Produzir um programa televisivo seria completamente inviável pela inexistência de uma emissora televisiva no município que pudesse transmiti-lo, e ainda, pela demanda de recursos e estrutura técnica.

O presente projeto visa à produção de um protótipo que atenda à sociedade xavierense, até então carente da prática jornalística, para que futuramente esse jornal se consolide e possa circular na cidade.

O periódico pretende estimular a leitura a partir de uma filosofia editorial que vise à construção de matérias objetivas de cunho local, nas quais o público-alvo se perceba inserido. Assim, nas editorias deve ser dada relevância aos assuntos de interesse do público-alvo e da comunidade como um todo.

Além disso, com sua publicação futura, o jornal procurará contribuir como forma de registro histórico do município, preservando sua identidade cultural, uma vez que deverá ser arquivada pelo menos três cópias de cada edição. Também buscará resgatar o passado, através das seções fixas que narrarão algumas histórias do município.

Ainda na pretensão de facilitar a compreensão e a leitura das matérias foi feita uma diagramação das páginas de modo a guiar o leitor pelo texto. Para isso, ficamos atentos à disposição gráfica dos textos, fotos, infográficos, na intenção de que a página se harmonizasse e se completasse como um material único. A diagramação também foi elaborada para construir uma identidade visual do jornal, através da distribuição de elementos de repetição em todas as páginas.

Através de um questionário aplicado junto ao público-alvo, planejamos sua distribuição e pesquisamos a viabilidade de circulação de um jornal pago que pudesse garantir a acessibilidade a todas as classes sociais, tanto financeira, quanto geográfica (ao se pensar na distribuição) do periódico.

Não estipulamos um preço para o jornal, porque consideramos que para tal deve ser feita uma pesquisa mais profunda e levado em conta todos os gastos de uma empresa jornalística, o que não é nosso foco. Porém, o jornal não deverá ter sua distribuição gratuita a fim de evitar o estabelecimento de vínculos com algum órgão, sendo assim, o veículo poderá ter independência e liberdade para publicar as notícias com ética e sem uma possível censura.

Queremos esclarecer que nesse trabalho o foco foi dado ao tema jornalismo e por isso, temos como objetivo montar o projeto editorial e gráfico do jornal. Sabemos que para colocar o jornal “Chaves da Informação” em circulação devemos planejar e estruturar uma empresa. Porém, não abordamos esse tema envolto pela administração e economia, porque não temos propriedade suficiente para discorrer sobre o assunto. Portanto, não foi feita nenhuma pesquisa abrangendo os assuntos econômicos e administrativos.

O periódico uma vez em circulação, objetivará facilitar a chegada de informações locais para a população xavierense, ou seja, contribuirá para a execução de um dos direitos e garantias fundamentais, o direito à informação, previsto no artigo 5º da Constituição Federal Brasileira.

O nome escolhido para o jornal foi “Chaves da Informação – O jornal dos Xavierenses”, fazendo uma alusão ao nome da cidade, Cel. Xavier Chaves, e também uma referência de que nesse veículo está a “chave” ou o canal para se informar.

Para a construção do protótipo foi determinado: o público-alvo, sua tiragem, a divisão de editorias e conteúdos, a distribuição gráfica dos elementos no jornal, a periodicidade, o logotipo, o papel para impressão, o formato, a cor, a distribuição dos anúncios pela página e a distribuição na cidade.

Construímos um protótipo de jornal, com oito páginas em formato tablóide (26,5cm x 40cm), impresso em papel sulfite branco de maneira monocromática, com exceção da primeira e última página que são policromáticas. A publicação visará o público alfabetizado e com 15 anos ou mais idade.

Neste projeto não produzimos conteúdo para o jornal. Ele é apresentado como um protótipo, uma estrutura de um jornal desenvolvido e voltado para Coronel Xavier Chaves. Isso acontece, porque além de não ser a proposta do presente projeto, é também inviável que uma mesma pessoa produza todas as matérias do jornal, pois, acarretaria na perda da qualidade e diversidade das matérias caso mais de um evento tivesse que se coberto ao mesmo tempo.

2. REFERÊNCIAS TEÓRICAS

2.1 Jornalismo no interior

O mercado brasileiro possui um número alto de veículos de comunicação de massa que satisfaz a necessidade informacional de grande parte do público, em âmbito estadual, nacional e internacional. Porém, muitas vezes as informações voltadas para a esfera local são escassas e deixam o público à margem desses fatos.

Com o maior dinamismo da informação, sobretudo na contemporaneidade, os meios de comunicação estão se voltando quase que completamente para fatos de maiores escalas. Deixando de lado, a mídia regional, que tem grande importância para o desenvolvimento local e para o fortalecimento das identidades culturais.

Nos grandes meios de comunicação, notícia é sinônimo de grandes acontecimentos, de fatos que causam grande preocupação e interesse da população. No noticiário local essas informações também se fazem importantes, mas o diferencial da mídia regional é divulgar as características peculiares da localidade. (SILVA, W.T.; SILVA, L.C., 2009, p.3)

João Correia (2006) afirma que o jornalismo realizado em âmbito local é um fator que estrutura o espaço público regional. Esse espaço regional é entendido como uma esfera crítica e de interação dos cidadãos em torno dos problemas que lhes seriam mais próximos.

Segundo Wenio Tavares Silva e Luiz Custódio da Silva (2009) compete à mídia local fazer uma comunicação composta por “informações de proximidade”³, divulgando os interesses locais, as reivindicações regionais, a cultura, os costumes, de forma ética e séria. Essa ação possibilita o desenvolvimento social da região porque assim, os cidadãos podem compreender e agir em sua comunidade. Dessa forma, o jornalismo em âmbito local e regional teria como um de seus encargos superar a massificação ao dar relevância aos assuntos que dizem respeito à comunidade e à vida cotidiana.

O jornalismo feito no interior tem suas especificidades quando comparado ao jornalismo realizado nos grandes centros.

³ Entendemos por informação de proximidade aquela que expressa as especificidades de uma determinada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais. Enfim, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder. (PERUZZO, 2005, *apud* SILVA, W.T.; SILVA, L.C. 2009, p. 4)

destaca-se [...] na prática do jornalismo interiorano a solidariedade e a amizade entre os leitores e os jornalistas, além de um forte sentimento de vizinhança e bairrismo. [...] Assim, fofocas são inadmissíveis, bem como a divulgação da intimidade de qualquer leitor, especialmente na área sexual. (DORNELLES, 2004, p.3)

Nesse contexto, a amizade pode dificultar a prática do jornalismo informativo⁴ quando a reputação de um cidadão estiver em jogo. Contudo, para conquistar o público e sua credibilidade o jornal deve adotar essa prática.

[...] os jornais dessas cidades (pequenas), [...] por vezes, ferem princípios jornalísticos quando são sensacionalistas ou nitidamente parciais em coberturas políticas. Atualmente, não é sensato acreditar que em um jornalismo neutro, objetivo, com a visão pré-positivista do séc. XIX, mas parcialmente declarada fere a confiabilidade das informações apresentadas e conseqüentemente do veículo. Isso cria um leitor insatisfeito que busca outros meios de obter informações. (GUSSO, 2006, p.2)

O jornal interiorano deve ter sua filosofia editorial voltada para a comunidade⁵ como um todo, atendendo seus anseios e reivindicações. Ele deve garantir que esse veículo não possua interesses partidários e conseqüentemente uma dependência editorial amparada em apoio financeiro desses. Ou seja, enquanto essa dependência se mantiver, todos os segmentos da comunidade não serão representados igualmente pelo jornal.

[...] o conceito de pequena imprensa ou jornal do interior é o de jornais-empresa de propriedade privada com fins lucrativos; de linha editorial ampla; não dirigida à públicos específicos como os jornais especializados; [...] não pertencentes ou mantidos institucionalmente por entidades de classe como sindicatos, associações de bairro, igrejas, partidos políticos, clube de serviços; associações; escolas, ou ainda, por organismos da esfera do poder público como prefeituras, câmaras municipais e governo do estado, fundações, entre outros [...] (FERNANDES, 2001, p.2 *apud* GUSSO, 2006, p.2)

Para cativar o público, os jornais de interior devem, além de representar a comunidade como um todo e exercer o jornalismo informativo, buscar o aperfeiçoamento da apresentação do veículo. Para tal, Dornelles (2004) afirma que eles buscam qualificações tecnológicas através de computadores usados na produção editorial e de máquinas rotativas para a impressão. Além disso, como fator direto da conquista da credibilidade do público para com o jornal, conquista-se também os anunciantes, que irão garantir parte da sobrevivência da empresa.

⁴ O jornalismo informativo é feito através da produção de matérias objetivas, imparciais e neutras, que buscam contemplar a posição de todos os lados envolvidos na notícia, e da divulgação ampla dos fatos que ocorrem nos mais variados segmentos que compõem uma comunidade. (DORNELLES, 2004, p.3)

⁵ Área geográfica caracterizada pela afinidade de valores e ambições de uma determinada população, com mesma tradição, costumes e interesses, além da consciência da participação de idéias e valores comuns. (DORNELLES, 2004, p.3)

Em pesquisa realizada no Rio Grande do Sul com trinta jornais interioranos, Dornelles (2004) afirma que de certa forma o jornalista do interior é respeitado e visto também como um líder comunitário. Segundo a autora, diariamente esses jornalistas buscam informações e atuam na comunidade. Além de proporcionarem a difusão dos fatos, também decidem e batalham por soluções para que as reivindicações se consolidem, bem como buscam possibilitar o aumento da qualidade de vida da comunidade, nos mais variados aspectos, e sua consciência de cidadania.

No interior, a busca de informações feita pelo jornalista é facilitada pela proximidade social e geográfica entre a possível fonte e o profissional. Segundo Mario Luiz Fernandes (2003), o jornalista do interior é procurado por várias fontes, geralmente pessoas ativas na cidade, que o abastecem de fatos que consideram de importância para a comunidade. Em contrapartida, nos jornais das grandes metrópoles, a recepção de notícias é feita de forma descentralizada e distante dos centros locais, geralmente captada nas agências de notícias.

Essa proximidade social e geográfica pode refletir de maneira positiva para a avaliação do jornal que está sendo produzido. Por exemplo, o repórter pode se encontrar na rua com os leitores ou fontes, conversar sobre o trato que está sendo dado às informações dentro do veículo, como qualidade e conteúdo, e assim, perceber as insatisfações do público para com o jornal e tentar melhorá-lo. Porém, não se devem privilegiar interesses pessoais, sempre mantendo a ética e a filosofia editorial voltada para a comunidade.

Contudo, as facilidades para o exercício do jornalismo no interior param por aí, porque normalmente, o jornalista precisa ter capacidade para praticar todas as funções que a produção de um jornal demanda. Dornelles (2004) cita oito funções básicas: reportagem, redação, copidesque, edição, diagramação, fotografia, revisão e direção (administração).

Ele elabora a pauta, capta a informação, redige o texto, faz a foto, edita a matéria e cria a diagramação. [...] Nos grandes diários, o jornalista que escreve 40 linhas hoje não sabe qual o tratamento que elas receberão para serem publicadas amanhã ou mesmo se serão publicadas. O jornalista é apenas mais um elemento da engrenagem e em muitos casos sem qualquer autonomia sobre seu texto. (FERNANDES, 2003, p. 164)

Isso remete a idéia de que o interior implantou novas tecnologias para melhorar a apresentação do impresso, porém deixou de lado o investimento em “pessoal”, na mão-de-obra qualificada. Cíntia Amária Santos (2005) explica que os pequenos jornais possuem estrutura empresarial ainda pequena e questão salarial precária. Dornelles (2004) complementa afirmando que quando os proprietários dos jornais percebem a importância de contratar jornalistas com formação universitária, surpreendem-se porque muitos jornalistas

não querem trabalhar no interior por conta dos baixos salários e, os poucos que querem não se sentem preparados por não possuírem a polivalência de funções que se exige no interior.

De acordo com a pesquisa realizada por Dornelles (2004), todos os proprietários dos jornais analisados constataram que a qualidade do jornal é diretamente proporcional à presença de jornalistas formados nas redações desses veículos.

Assim, os jornais interioranos necessitam investir em jornalistas com formação universitária e paulatinamente, à medida que a empresa ganhar mais estrutura, contratar mais desses profissionais qualificados para não sobrecarregar uma só pessoa, o que possivelmente prejudicaria a qualidade informacional e visual do veículo. Ao passo que os próprios jornalistas devem também buscar uma qualificação em áreas diversificadas como diagramação, fotografia, administração empresarial e publicidade, para estarem aptos a acompanhar a rotina multifuncional do jornalismo no interior.

Nos casos em que o jornalista também é o proprietário do veículo de comunicação, é preciso que ele tenha um conhecimento mais aprofundado sobre administração empresarial, podendo vir a evitar que a empresa feche as portas. Além disso, os jornalistas precisam compreender melhor a vida nas pequenas comunidades para estabelecerem uma relação mútua.

De acordo com Mario Luiz Fernandes (2003), no mundo globalizado a produção de notícia local é a missão dos jornais de pequeno porte que, conseqüentemente, se torna a referência de identidade para que a comunidade não perca as suas origens e cultura.

A mídia local, ao mesmo tempo em que constrói a identidade cultural de uma região, a preserva. Esdras Domingos da Silva e Salvador Lopes Martins (2004) percebem a importância da colaboração dos jornais interioranos para a constituição da história das comunidades, já que eles se preocupam em resgatar os documentos que registram os fatos das matérias e os jornais em que foram registradas, através de novas tecnologias e organização.

Consideramos poucos os meios mais eficientes que o Jornalismo utilizado para demonstrar os costumes, os valores e as ideologias de um determinado período ou momento histórico. Desde de que a imprensa passou a ter recursos minimamente consideráveis [...] a informação jornalística é usada como registro pela historiografia. (SILVA, M. P., 2003, p.2)

Assim, o jornalismo regional pode ser entendido como um meio fortalecedor do sentimento de pertencimento e de identidade das comunidades e culturas e, conseqüentemente, como forma de ativar a cidadania vivenciada por elas.

2.2 Diagramação e leitura

A prioridade básica do jornalismo nas palavras de Juarez Bahia (1990) é, entre outras, informar, orientar, divertir e interpretar, através da difusão de notícias. O jornalismo pode ser definido como “o estudo do processo de transmissão de informação através de veículos de difusão coletiva, com características específicas de atualidade, periodicidade e recepção coletiva” (AMARAL, 1978, p.16) e se apresentando como parte das ciências da Informação Coletiva.

Para transmitir significação e valores em uma comunicação coletiva, o jornal impresso utiliza a palavra escrita, a tipologia, figuras, infográficos, cores, “espaços em branco”⁶, molduras, etc.

Através do exercício do jornalismo, a difusão de notícias, torna-se mais eficaz a partir do momento em que as informações são mais bem dispostas na página do impresso, no intuito de guiar de forma coerente a leitura do jornal. Dessa forma, o jornal terá um fator positivo a mais, contribuindo para que a informação chegue de maneira adequada ao leitor.

A diagramação é responsável pela apresentação gráfica das edições dos jornais. Manoel Magalhães (1977) credita à utilização desses recursos gráficos, o equilíbrio da página e a própria personalidade do veículo.

Cada veículo, através de sua diagramação busca um estilo próprio, que é o seu layout. O layout inclui tudo que está na proposta visual e, de acordo com Juarez Bahia (1990), é o modo, a forma ou a maneira de arranjar textos e ilustrações nas páginas. São também, os recursos artísticos e técnicos para dar peso gráfico à comunicação do veículo.

Para Williams (2006), é o cabeçalho do jornal que determina a identidade visual do restante do impresso. Assim, todas as páginas devem repetir esse padrão para transmitir a idéia de pertencimento a um mesmo material.

Juarez Bahia (1990) e Williams (2006) concordam que os leitores sempre passam os olhos pelas páginas do jornal lendo primeiramente os títulos. Dessa forma, é necessário deixá-los bem legíveis, aumentando o tamanho da fonte e usando o negrito.

A variação entre as tipologias do título e do texto também são importantes para a composição e apresentação do jornal, ressalto que “a família de tipos utilizada nos títulos

⁶ Espaço em branco é o espaço de página que não é preenchido por textos ou figuras. (WILLIAMS, 2006, p.10)

influi decisivamente no aspecto do mesmo” (COLLARO, 2000, p.164). Assim sendo, a escolha do tipo deve ser cuidadosa, porque antes de ser lido o jornal é olhado.

Em geral, é pelas letras que usa na sua apresentação que um jornal ou revista se identifica como sério, sensacionalista ou inconfiável. Se nos títulos um veículo demonstra a sua personalidade, no texto ele a comprovará fatalmente. Aqui, a forma sempre confirma o conteúdo. (BAHIA, 1990, p.122).

Nos diferentes elementos da página é comum a utilização de mais de uma fonte para atrair a atenção dos leitores. A grande questão é saber quais fontes combinam entre si. Para tal, Williams (2006), estabelece que as relações entre as fontes podem ser de três tipos: “concordantes, conflitantes e contrastantes”⁷.

A autora afirma que a relação “concordante” é usada para conferir ao material uma estética calma ou formal; a relação “conflitante” deve ser evitada porque causa incômodo, já que como as atrações visuais não são concordantes, mas também não são totalmente diferentes, criam estranhamento e causam conflito na leitura; as relações de “contraste” são próprias para atrair a atenção e possibilitam designs visualmente interessantes.

Nesse sentido, é fundamental a criação de um interesse, um conjunto visual para aperfeiçoar a comunicação entre o impresso e o leitor.

“O leitor nunca deveria tentar descobrir o que está acontecendo na página; o foco, a organização do material, o propósito, o fluxo de informações deveriam ser reconhecidos instantaneamente, por um único olhar”. (WILLIAMS, 2006, p.143)

Tratando da “arquitetura” do texto na página, Williams (2006), classifica os quatro princípios básicos do design em: “contraste, repetição, alinhamento e proximidade”. Segundo ela, esses elementos aparecem em todos os materiais que tem um bom planejamento visual. Em contraponto, Collaro (2000) cita que os projetos gráficos deveriam ser desenvolvidos para o impresso, sob os princípios do “equilíbrio, da harmonia, da proporção e da funcionalidade”⁸.

Williams (2006) define o princípio da “proximidade” como o agrupamento ou a aproximação que deve ser feita quando os itens têm relações entre si. Assim, esses itens serão

⁷ Fontes com relação *concordante* são aquelas pertencentes a uma mesma família, sem grandes variações no estilo, tamanho e peso. Já a relação *conflitante* entre os tipos ocorre quando são combinados tipos similares em estilo. A relação *contrastante* entre as fontes existe quando são combinadas fontes e elementos claramente diferentes entre si.

⁸ Nesse subtítulo, “Diagramação e leitura”, explanei mais sobre os princípios de design de Williams (*contraste, repetição, alinhamento e proximidade*), em detrimento de Collaro (*equilíbrio, harmonia, proporção e funcionalidade*), porque os visualizei de forma mais clara para a prática, e considero que através deles, se alcance perfeitamente o *equilíbrio, harmonia, proporção e funcionalidade*, eleitos por Collaro.

vistos como um todo pertencente a uma lógica e não como um emaranhado de partes desconexas. Quanto ao princípio do “alinhamento”, a autora diz:

[...] cada item deve ter uma conexão visual com algo na página. [...] Quando os itens são alinhados na página, há uma unidade coesa, mais forte. Mesmo quando os elementos alinhados estiverem fisicamente separados uns dos outros, se estiverem alinhados, haverá uma linha invisível conectando-os, tanto em relação ao seus olhos, quanto à sua mente. (WILLIAMS, 2006, p.48).

E ainda define o princípio da “repetição” como “algum aspecto do design que deve repetir-se no material inteiro. [...] A repetição vai além da consistência: é um esforço consistente par unificar todos os elementos do design” (WILLIAMS, 2006, P.62).

De acordo com Williams (2006) o contraste é empregado quando dois elementos são diferentes. A autora ressalta a importância de realizar contrastes realmente fortes para que ele se torne eficaz. “Este é o segredo: se dois itens não forem exatamente os mesmos, diferencie-os completamente”. (WILLIAMS, 2006, p.78)

O jornal como um material de várias páginas, deve utilizar o princípio da “repetição” para transmitir a visão de um conjunto, pertencente a um todo. Entretanto, isso não significa que ele deva ser exatamente igual, mas que deva ser feito em bases sólidas. Para Williams (2006) essa identidade visual pode ser alcançada através de qualquer item que o leitor reconheça visualmente, como cores, disposição espacial dos elementos, estilo gráfico, fontes, legendas, listas com sinais de tópicos que repetem um estilo de formatação, molduras ao redor das figuras, etc.

Quando o princípio da “proximidade” é usado no material impresso, o conteúdo é disposto de forma lógica e visual, dando à página um aspecto equilibrado. Assim, o leitor saberá por onde começar a leitura e por onde terminá-la. Como consequência dessa organização, se criam espaços em branco, que deixam o texto menos carregado e mais atrativo.

Nesse aspecto, “É importante considerar na paginação ou diagramação: a função do branco como elemento para aliviar o peso da mancha de leitura”. (BAHIA, 1990, p.121)

Ainda de acordo com a “proximidade”, Williams (2006, p.30), afirma que devem ser evitados na diagramação o excesso de elementos dispersos em uma página; itens somente nos cantos e no meio da página; criação de imprecisão quanto à relação dos elementos entre si. Para tal, deve-se atentar para que cada imagem, infográfico, legenda, e título estejam junto de seu respectivo par.

Pontos desalinhados em uma página criam desorganização. É importante “alinhar” o texto, as ilustrações e os demais elementos em uma linha base⁹, e sempre guiar a diagramação a partir dela. A falta de “alinhamento” vem ser a maior causa de materiais de aparência antiestética. Os olhos gostam de ver o alinhamento, a organização, porque cria uma sensação de calma e segurança.

O “contraste” é de grande utilidade nos jornais para criar uma hierarquia organizacional bem definida. Usar fontes diferentes e com negrito, a caixa alta e baixa, aumentar a fonte, nos títulos e subtítulos, são recursos para deixá-los em destaque. De tal modo que, ao passar os olhos sobre a página o leitor identifica esses pontos-chaves demarcados pelos “contrastes”, e compreende imediatamente o que ela representa.

O “contraste” e a “repetição” podem ser usados juntos nas numerações das páginas, títulos, sinais de tópicos, na espessura das linhas, ou na distribuição espacial, na intenção de criar uma identidade visual forte e unificada na publicação inteira.

Os “quatro princípios do design”¹⁰ estabelecidos por Williams (2006) foram apresentados separadamente, mas raramente são utilizados de forma isolada. Eles estão interrelacionados e se completam na finalidade de obter uma diagramação organizada e que proporcione uma leitura funcional.

Portanto, fica clara a grande importância da diagramação no jornal impresso. Pensar a disposição dos textos, ilustrações e infográficos na página, é extremamente válido para incitar a atração do público-alvo pelo impresso, para guiá-lo pelas páginas e para passar corretamente a informação.

Levando esses fatores em consideração, zelamos pela apresentação gráfica do protótipo do jornal “Chaves da Informação”, aplicando principalmente os princípios básicos do design de Williams (“contraste, repetição, alinhamento e proximidade”).

⁹ Linha invisível sobre a qual o tipo está posicionado. (WILLIAMS, 2006, p.10)

3. RELATÓRIO TÉCNICO

3.1 Pré-produção

A fase de pré-produção do protótipo se constituiu de quatro divisões distintas: pesquisa de campo, aplicação do questionário junto ao público-alvo, pesquisa em gráficos e realização de entrevistas com jornalistas do interior.

1) Pesquisa de Campo

Nesta etapa, fizemos um levantamento de dados sobre a população local, visando determinar um número máximo de leitores e a tiragem do jornal “Chaves da Informação”. Para tanto, subtraímos da população total as pessoas que não faziam parte do público alvo, que são: as pessoas residentes menores de 15 anos e os analfabetos de 15 anos ou mais idade.

No dia 13 de julho, ligamos para a Prefeitura Municipal de Cel. Xavier Chaves para obter informações sobre o número total da população. Pelo telefone nos foi indicado o site do IBGE¹¹ para tal consulta.

No mesmo dia, acessamos o site do IBGE e encontramos os seguintes dados quantitativos dentro do tópico “População e Domicílios – Censo 2000 com Divisão Territorial 2001”: a população total da cidade é de 3.194. Há 779 pessoas residentes que são menores de 15 anos. Faltava descobrir o número de analfabetos com 15 ou mais idade.

No dia 20 de julho, voltamos a ligar para a Prefeitura Municipal em busca desse dado e nos disseram para buscarmos no PSF (Programa de Saúde da Família) da cidade. Fomos ao PSF e lá constava que há no município 135 pessoas de 15 ou mais idade que são analfabetas.

Realizando a conta obtemos o número potencial de leitores. Da população total da cidade, 3194, subtraímos as pessoas residentes menores de 15 anos, que são 779 e os analfabetos de 15 anos ou mais idade, que são 135, chegando ao resultado de 2280, que é o número potencial de leitores do jornal na cidade.

Considerando que nem todo o público-alvo potencial lerá o jornal e sabendo que um mesmo jornal é lido por pelo menos duas pessoas, decidimos pela divisão desse número potencial de leitores por três. Dividindo 2280 por três, temos 760. Assim, obtemos a tiragem do jornal para a cidade, 760 exemplares.

¹¹ www.ibge.gov.br/cidadesat. Acesso em: jul. 2009.

2) Aplicação do questionário

Para a aplicação do questionário consideramos o número potencial de leitores como a população total e para obter informações a respeito desses leitores, distribuimos o questionário para uma amostra de 2% do público-alvo potencial, ou seja, 2% de 2280, que corresponde a aproximadamente 45 pessoas. **(ANEXO 1)**

O número potencial de leitores, 2280 é classificado por Oliveira *et al.*, (2008) como uma *população finita*¹², de existência real e por representar um número elevado, as informações sobre ela podem ser obtidas parcialmente por *amostras*¹³.

No dia 03 de agosto tiramos cópias de 45 questionários que foram aplicados nos dias 04 e 05 pela manhã e a tarde.

Para a aplicação dos questionários dividimos os bairros e zonas rurais da cidade em cinco áreas de acordo com a proximidade entre elas e a influência que um bairro ou zona rural mais desenvolvido e povoado tem sobre os outros. Dessa forma, a área 1 tem como zona rural principal São Caetano e os adjacentes são: Olhos D'água, Quebra Machado e Planalto de Fátima; a área 2 é o bairro Vila Fátima com a zona rural Água Limpa; a área 3 é o bairro Vila Mendes com as zonas rurais Cachoeira e Pinheiros; a área 4 é o Centro com as zonas rurais Invernada, Brumado e Barreiro; e a área 5 é o bairro Nossa Senhora da Conceição. **(ANEXO 2 e 3)**

Assim, foram distribuídos nove questionários para alguns dos residentes de cada uma das cinco áreas. Não puderam responder o questionário as pessoas que estavam fora do perfil do público-alvo, que foram: os menores de 15 anos e os que têm 15 ou mais idade e são analfabetos.

2.1) Resultados do questionário

No dia 11 de agosto fizemos a contagem de todas as respostas do questionário. No dia seguinte, 12, aplicamos os números totais obtidos na contagem em gráficos no *Microsoft Office Excel 2003* (GRÁFICOS de 1.1 a 1.7 – página 45)

¹² População corresponde ao sistema, ou ao todo que se queira descrever, sem generalizações, para um universo maior, ou para um futuro. É sempre um conjunto de elementos com características em comum. A população finita é toda ela conhecida, sendo assim elementos de um censo. (OLIVEIRA, *et al.*, p. 11 e 26, 2008)

¹³ Amostra é um subconjunto ou uma parte da população. Ela é sempre finita. (OLIVERIA, *et al.*, p. 12, 2008)

2.1.1) Perguntas I, II e III – necessidade de um meio de comunicação local

As três primeiras perguntas do questionário coletaram dados sobre as necessidades de um meio de comunicação em Cel. Xavier Chaves para apresentar/ repassar as informações locais à cidade.

Para a *primeira pergunta*, sobre quais são os meios de comunicação local que os xavierenses mais adquirem informações, 35% responderam que as obtêm “boca-a-boca”, 28% através do alto-falante da Igreja Matriz N. Senhora da Conceição, 24% pela Rádio Comunitária São Francisco e 13% através do site institucional da Prefeitura Municipal.

Na *pergunta de número dois* que os questionava se os meios de comunicação locais já existentes eram suficientes para obter informações sobre Cel. Xavier Chaves, 58% responderam que aqueles veículos eram parcialmente suficientes, 36% disseram que não atendiam à cidade, 4% afirmaram que atendia totalmente à cidade e 2% não tinham opinião formada sobre o assunto.

A *terceira pergunta* interrogava se era necessário um jornal com informações locais para Cel. Xavier Chaves, 91% das pessoas responderam que sim, era totalmente necessário, 9% afirmaram que era parcialmente necessário e nenhuma pessoa disse ser desnecessário o jornal.

Dessas três primeiras respostas podemos reafirmar a necessidade do desenvolvimento do protótipo de jornal local para Cel. Xavier Chaves. A população percebe a necessidade de um veículo de comunicação local para melhor se informar. Se 35% da população diz obter a maior parte das informações locais “boca-a-boca” é porque os meios de comunicação existentes não estão abastecendo totalmente a cidade com essas notícias. Isso é comprovado no resultado da pergunta dois, no qual 58% responderam ser parcial a obtenção de informações locais através dos meios já existentes e 36% disseram que esses veículos não atendiam à cidade. Diante da terceira pergunta, 91% das pessoas disseram que um jornal local é totalmente necessário, deixando clara a sua vontade e a necessidade da cidade possuir esse meio de comunicação local. Perante essa aceitação do município podemos dizer que, nesse ponto, existe a viabilidade de um jornal local.

2.1.2) Pergunta IV - conteúdo

Os xavierenses mostraram-se interessados em diferentes assuntos para compor um jornal local, deixando a *quarta pergunta* sobre o conteúdo, bem equilibrada. Educação foi o mais marcado, com 7%. Com 6% estão cultura, política e saúde; 5% assinalaram economia, esporte, resgate da história da cidade, meio ambiente e turismo. Foram marcados por 4% os conteúdos: classificados, cidades vizinhas, ciência, coluna social, entretenimento, fatos

nacionais de relevância tratados no âmbito local, infantil, informática, policial, religião e tecnologia. Foi assinalado por 3% das pessoas a previsão do tempo.

Esse resultado equilibrado expõe a vontade, a disposição das pessoas em se informarem sobre diversos aspectos do município, concluindo que um jornal local para Cel. Xavier Chaves deve ter o conteúdo abrangente.

2.1.3) Pergunta V - periodicidade

A *quinta pergunta* questionava qual deveria ser a periodicidade de um jornal local para suprir as necessidades informativas dos xavierenses. 37% afirmaram que ele deve ser publicado uma vez por mês; 35% acha que é a cada 15 dias e 28% marcaram que deve ter periodicidade semanal.

Levando em consideração a diferença de apenas 2% entre as pessoas que afirmaram preferir um jornal mensal e as que optaram por uma periodicidade quinzenal, e também considerando os 28% que preferiram o jornal como uma periodicidade mais curta, a semanal, concluímos que 63% têm preferência por um jornal com periodicidade mais curta. Dessa maneira, o jornal deverá ter periodicidade quinzenal com uma tiragem de 760 exemplares.

Recusamos a periodicidade mensal, marcada por 37% das pessoas porque cremos que o jornal traria muitas notícias ultrapassadas e perderia uma das características do jornalismo, a atualidade. Como o porte da cidade é pequeno, um jornal com a periodicidade semanal poderia ter menos fatos e notícias para serem veiculados do que o tamanho do jornal proposto demanda, que são oito páginas.

2.1.4) Pergunta VI - distribuição

Na *sexta pergunta* foi indagado qual era o melhor ponto comercial do bairro ou das zonas rurais para que o jornal fosse deixado à venda.

Na área um, que é toda composta por zonas rurais, somente duas pessoas afirmaram que gostariam que o jornal fosse deixado à venda de fato na sua região e foram indicados um bar e uma mercearia. As outras três pessoas que responderam a essa pergunta escolheram pontos comerciais localizados no Centro da cidade, como as farmácias, os correios e os supermercados. Elas se justificaram dizendo que já tem o hábito de ir ao Centro da cidade para ir ao banco, ao supermercado e buscar as correspondências, já que elas não são entregues nas zonas rurais.

Na área dois que é composta por um bairro, Vila Fátima, e uma zona rural, a Água Limpa, somente uma pessoa escreveu um ponto comercial da sua própria região, um bar da Vila Fátima. As outras quatro pessoas que responderam a essa pergunta escolheram pontos comerciais do Centro, como a padaria, supermercados e farmácias. Uma dessas pessoas ainda

afirmou: “No meu bairro não há lugar adequado” e depois completou indicando pontos comerciais do Centro da cidade.

Na área três que engloba o bairro Vila Mendes e as zonas rurais Cachoeira e Pinheiros, três pessoas elegeram pontos comerciais da sua própria região, o Salão Comunitário da Vila Mendes e um bar. As outras três pessoas optaram por pontos comerciais do Centro, como farmácias, padarias e supermercados.

A área quatro é composta pelo bairro Centro com as zonas rurais Invernada, Brumado e Barreiro, todas as oito pessoas que responderam essa pergunta escolheram pontos comerciais do Centro, como bares, escritórios, farmácias, lanchonetes, padaria e supermercados.

Na área cinco, que é o bairro Nossa Senhora da Conceição somente duas pessoas responderam a essa pergunta e ambas disseram que no bairro não existe um ponto comercial.

Dessa sexta questão podemos afirmar que a maioria das pessoas preferiu que o jornal fosse deixado à venda nos pontos comerciais do bairro Centro. Isso pode ser explicado porque como os quatro bairros existentes na cidade são muito próximos e a maioria dos pontos comerciais fica no Centro, alguns moradores dos outros três bairros (Nossa Senhora da Conceição, Vila Fátima e Vila Mendes) também elegeram pontos de distribuição do jornal no Centro porque tem o hábito de ir ao bairro e a facilidade de ir a pé. Já alguns residentes das zonas rurais têm o empecilho da distância entre a sua região e o Centro, porém como eles normalmente vão ao Centro para fazer compras nos supermercados, ir ao banco e buscar suas correspondências, não acham incômodo que os jornais fossem deixados à venda no Centro. No caso dos moradores da zona rural nem a assinatura de um jornal garantiria que ele fosse entregue em casa, já que os Correios não distribuem as correspondências nas zonas rurais.

2.1.5) Pergunta VII – preço da venda avulsa

A *pergunta sete* interrogava qual o preço eles pagariam por um jornal com informações locais, contendo 8 páginas. 41% das pessoas pagariam R\$ 1,00; 23% comprariam por R\$ 0,25; 14% pagariam R\$ 2,00; 11% não comprariam, mas aceitariam se fosse gratuito; 7% comprariam por R\$ 0,50 e 4% pagariam mais de R\$ 2,00.

Através do resultado desta sétima pergunta concluímos que 89% das pessoas pagariam pelo jornal, o que representa um número expressivo e de grande importância para que o jornal seja independente de vínculos políticos ou quaisquer outros que possam interferir na liberdade e ética da publicação de notícias.

2.1.6) Pergunta VIII - assinatura

Na oitava questão foram perguntados se seriam ou não assinantes de um jornal local e por que. 82% das pessoas responderam que sim, se tornariam assinantes e 18% responderam que não.

Entre as justificativas dos que se tornariam assinantes de um jornal local estão: *“Para me manter bem informada em tudo que acontece na cidade”*. *“Para incentivar os profissionais a colocarem as informações com mais clareza”*. *“Para saber as fofocas da cidade”*. *“Gosto de ler, e poderei ficar a par das notícias acontecidas na cidade”*. *“Manter-me informada sobre acontecimentos locais”*. *“Seria interessante”*. *“Para estar atualizada com os fatos da região”*. *“Acredito que seja a maneira mais interessante de me manter informada sobre minha cidade”*. *“Porque adoro ler e se o jornal for local, mais um motivo terei para adquiri-lo e ficar a par das notícias do lugar.”* *“Porque quero ficar mais atualizado sobre o que acontece ao meu redor.”* *“Para ficar melhor informada.”* *“Um jornal é um importante meio de comunicação e uma das várias formas de adquirir cultura.”* *“Porque gosto de saber informações.”* *“Porque é importante saber dos acontecimentos da nossa cidade.”* *“Para ficar bem informado”*. *“Gastamos com outras coisas fúteis, porque não com uma coisa que elevará o nome da cidade”*. *“Ficaria sabendo das notícias da minha cidade e região”*. *“Porque é a forma mais prática e abrangente de obter informações”*. *“Sendo um jornal da minha cidade, estarei informada sobre tudo que acontece”*. *“Para ajudar a divulgar notícias de nossa cidade”*. *“Somos muito desinformados”*. *“Acho importante o jornal”*. *“Para saber mais sobre os acontecimentos”*. *“Acho importante estar bem informado, além de incentivar a leitura e o intercâmbio cultural”*.

As justificativas das pessoas que não assinariam o jornal: *“A grana anda curta”*. *“Não temos acesso à cidade”*. *“Não curto a idéia”*.

Pretendemos voltar a assinatura do jornal para o público xavierense que atualmente reside em outras cidades, porque consideramos que eles terão interesse em acompanhar as notícias da cidade natal. Além disso, como a cidade tem um pequeno porte, a população residente encontrará grande facilidade na compra avulsa do periódico e, talvez, esse público não perceba a necessidade da assinatura.

3) Pesquisa nas gráficas

Pesquisamos em gráficas a relação de custo e qualidade entre alguns elementos como o tipo de papel, o formato do jornal, e a impressão policromática e monocromática. Para a pesquisa levamos em consideração as preferências iniciais para construção do protótipo: oito

páginas, impresso em papel jornal no formato tablóide com capa e contra capa coloridas e o restante em uma única cor, o preto.

Entramos em contato com gráficas das cidades vizinhas à Coronel Xavier Chaves e nos foi informado que somente duas delas imprimem em formato tablóide. Na região não há nenhuma gráfica que imprima no formato Standard.

Em relação ao papel, nos foi dito que o papel sulfite branco é mais dispendioso do que o papel jornal. Além disso, nos foi informado que os custos com papel representam quase 50% do custo total da impressão.

Em se tratando da cor, é mais viável fazer o jornal todo monocromático devido a redução dos custos. O que sairia por menos da metade do preço do que se usarmos a capa e contracapa coloridas.

Fizemos um orçamento de acordo com as nossas preferências, para a impressão de 760 exemplares. Com o jornal todo monocromático o custo fica em torno de 200 reais. Com apenas a capa e contra capa coloridas e o restante em preto, o preço sobe para aproximadamente 460 reais.

As gráficas não imprimem uma pequena quantidade de produtos em papel jornal. No caso do protótipo, que precisamos imprimir menos de dez exemplares, serão impressos em papel sulfite branco, devido a esse empecilho. Porém, a proposta para o jornal “Chaves da Informação” se mantém e caso se concretize, deverá ter suas futuras edições impressas em papel jornal.

3.1) Escolha dos elementos do jornal

O tablóide foi escolhido principalmente pela facilidade de manuseio que seu formato proporciona ao leitor. O tablóide mede geralmente 28cm x 38cm, o que corresponde a aproximadamente a metade do tamanho tradicional, o Standard, com 32cm x 58cm. Como o tablóide proporciona ao leitor a facilidade de manuseá-lo, conseqüentemente a sua leitura também se torna mais agradável e simples. Para a população de Coronel Xavier Chaves, que não possui a tradição, nem o hábito de leitura de um impresso local, tornar a leitura mais simples e agradável é ainda mais pertinente no sentido de tentar incutir esse costume.

Outro fator para a preferência do formato tablóide ao invés do standard foi que além do standard ser mais dispendioso (os custos com o papel representam quase 50% dos custos da impressão do jornal, logo os formatos maiores são mais caros), descobrimos que as gráficas das cidades vizinhas à Cel. Xavier Chaves não imprimem esse formato, o que traria um empecilho de distância e tempo para que o jornal fosse impresso em uma cidade mais distante.

O papel jornal foi selecionado pela sua aparência que costuma carregar uma simbologia de seriedade e credibilidade na informação que contém. Além disso, o papel branco teria um custo mais elevado em relação ao papel jornal.

A escolha da capa e contra capa coloridas foi feita na intenção de usá-las como um recurso para dar destaque ao jornal e suas notícias e assim, chamar a atenção do leitor para o impresso. O logotipo, que é o próprio nome do jornal e o cabeçalho do periódico também foram elaborados com cores para deixar a marca do jornal bem expressiva, legível e marcante.

Em pesquisas feitas em algumas gráficas foi descoberto que a variação do preço entre o jornal impresso todo em uma única cor (o preto), e o jornal impresso somente com a capa e contra capa coloridas e o restante em preto, é mais que o dobro. Porém, decidimos manter a capa e contra capa colorida e arcar com o preço mais elevado, porque avaliamos ser o recurso da cor de grande importância para o visual impresso.

Para as características determinadas do jornal que são periodicidade quinzenal e tiragem de 760 exemplares, julgamos adequado manter as oito páginas que foram estabelecidas no projeto, já que representam um bom espaço para cobrir a demanda de notícias locais de uma cidade de pequeno porte.

Abrimos mão de um jornal com formato maior para utilizar o tablóide, e escolhemos o papel jornal ao invés do papel branco, opções que nos levarão a economizar. Equilibrando essas escolhas, não abrimos mão da cor na capa e contra capa, o que elevaria o custo da impressão. Assim, economizaríamos no formato e no papel.

4) Entrevistas

As entrevistas foram feitas para se entender como é realizado o jornalismo no interior e assim oferecer mais embasamento prático que nos auxiliasse na construção editorial e gráfica do protótipo.

A entrevista foi aberta, não foi seguida uma lista fixa de perguntas. Foram adotados alguns tópicos principais: a história dos jornais, projeto editorial e gráfico, impressão do jornal, empresa jornalística, publicidade dentro do jornal e características do jornalismo interiorano. No decorrer da entrevista, de acordo com a pertinência e com os fatos relatados por Lúcio e Pélmio, as perguntas foram formuladas e feitas.¹⁴

¹⁴ As informações factuais das entrevistas, como as datas, não foram checadas, e considerando as imprecisões que a oralidade pode trazer, é possível que haja alguma falha. No entanto, essa possível imprecisão não fere o objetivo das entrevistas: compreender a prática do jornalismo interiorano.

4.1) Lúcio Sant`Ana - Tribuna Livre

A entrevista foi marcada dia 25 de junho por telefone e realizada na sede do Jornal Tribuna Livre no dia 26 de junho, tendo início às 14h30 e duração de 36 minutos. (ANEXO 4)

Lúcio Sant`Ana é dono e diretor do jornal viçosense, Tribuna Livre. O jornal está em circulação há 23 anos e meio, primeiramente com uma periodicidade quinzenal e atualmente semanal.

O Tribuna Livre surgiu em dezembro de 1985, Lúcio criou o jornal porque achava que havia espaço para um periódico mais questionador. “Um jornalismo diferenciado porque eu acredito nesse jornalismo que cobra, que critica, mas que critica atos administrativos e políticos. E não um jornalismo que critica pessoas. A Tribuna não tem o interesse na vida pessoal de A ou B, nós não sabemos disso aqui”.

Lúcio diz que desde o início sabia que fazer jornal no interior não seria fácil, porque as pessoas se conhecem e levam as críticas para o lado pessoal. “Porque você critica o cara aqui e encontra com ele na igreja, encontra com ele no clube, encontra com ele na rua, na praça, ou em qualquer lugar. Mas eu simplesmente ignorava essas coisas, eu tinha consciência que a partir do momento que eu lançasse um jornal, eu conquistaria pessoas amigas e aqueles que não gostariam de mim, no caso”.

O diretor afirma ainda que quando o jornal critica e cobra, o diretor passa a ser um alvo. “Ora, qual é o papel de um jornal? Um jornal deve contribuir pro processo de amadurecimento de uma sociedade, quando você critica, cobra, você passa a ser usado, você passa a ser alvo. Então o diretor de um jornal é muito olhado. (...) você vira vitrine, eu tenho que tomar cuidado com a minha postura”.

Ele acredita que o jornalista de interior é visto como um líder comunitário e que exerce alguma influência. Lúcio lembra que o jornalista deve ter consciência quando usa a palavra escrita, porque a imprensa tem um poder inegável. “A palavra escrita morde, ela é forte, ao mesmo tempo ela te dá uma responsabilidade muito grande. Você tem que tomar cuidado, tem que atribuir peso aquilo que você escreve. E isso infelizmente te dá um papel de liderança na sociedade, e claro que você tem que saber separar isso, até onde você deve ir”.

Lúcio acha que a busca por informações, o levantamento de pautas, no interior é facilitado pela proximidade social e geográfica entre a possível fonte e o jornalista. “Aqui, é verdade, a gente pode ter esse contato mais direto com a fonte. (...) A cidade realmente nesse aspecto como ela é menor, ela te proporciona esse contato direto. Você sai daqui encontra

várias pessoas que te relatam fatos que aconteceu na cidade, que às vezes você não sabe. E você transforma aquilo em matéria, quando é de interesse, é claro que nem tudo”.

Quanto a uma das características mais marcantes do jornalismo no interior, a execução de múltiplas funções por uma só pessoa, Lúcio diz que isso não acontece só em uma empresa jornalística, mas que é tendência no mundo todo para enxugar o pessoal e diminuir os gastos. “Se não me engano aqui no jornal são oito pessoas. É mais do que suficiente. (...) A pessoa ser três, ou quatro ou cinco em um, não acontece só na área jornalística. Hoje o mundo inteiro é assim que procede, não há mais aquela filosofia de que a minha função é só essa, a pessoa terminou de fazer o que ela fazia e fica olhando pro tempo”. E recorda que no início da Tribuna Livre, além de diretor, ele era repórter, redator, fotógrafo e diagramador. “Eu comecei fazendo boneca, eu riscava o jornal, pegava um papel do mesmo tamanho do meu jornal e rodava. (...) eu não tinha gráfica, eu rodava em Juiz de Fora”.

Lúcio diz que na Tribuna Livre atualmente, 55% da renda vem dos anúncios e matérias pagas e, 45% da venda avulsa. Ele afirma que a divisão do que é pago e o que não é, funciona da seguinte forma: “o que é de interesse coletivo não é pago, interesse particular ou de órgãos é pago”.

O diretor Lúcio diz que é muito difícil lançar um jornal no interior sem que a empresa jornalística tenha uma gráfica. “Eu tenho uma gráfica e pago um custo infinitamente menor do que se eu fosse rodar em outra. (...) Sem gráfica é quase impossível mantê-lo com uma periodicidade correta”.

Ele afirma gostar do jornal com um visual agradável. “Eu gosto de jornal organizado, a apresentação é importante”. E lembra que escolheu o formato tablóide pela facilidade de leitura. “Eu acho que é terrível você ler um jornal standard no avião, no carro, no ônibus, em qualquer lugar. Se tiver ventando então. O jornal tablóide parece uma revista é mais fácil de manusear (...) Eu procuro fazer um jornalismo que seja fácil para ver. O título chama atenção, você deixa de ler a matéria ou ler pelo título, é muito importante”.

Lúcio faz uma consideração relevante, e diz que as pessoas acabam achando que o jornal não tem custo, e por isso se julgam no direito de pedir um exemplar gratuito. “Eu faço jornal para vender os exemplares, é o meu produto. Ele é muito oneroso pra mim financeiramente. (...) Por exemplo, ninguém vai a uma padaria e pede um pão gratuito. Um pão de sal, francês deve custar 25, 30 centavos. (...) O jornal custa dois reais”.

4.2) Pélmio Carvalho - Folha da Mata

A entrevista foi marcada pessoalmente no dia 26 de agosto e realizada na sede da Folha da Mata, no dia 28, tendo início às 17h15 e duração de 29 minutos. (ANEXO 5)

Pélmio Carvalho é dono do jornal viçosense “Folha da Mata”, que tem 46 anos. O periódico foi criado em 1963, com o nome “Jornal Folha de Viçosa”, e surgiu como um jornal de oposição política e administrativa ao Partido Republicano de Viçosa. Na época, o P.R. era o partido dominante que recebia o apoio de Arthur Bernardes, e do jornal “A Cidade”, ao qual era feita a oposição.

Primeiramente, o jornal era político e tinha muita matéria religiosa devido à presença de um padre na redação, mas sua linha editorial foi renovada e passou a cobrir todos os fatos e acontecimentos importantes de Viçosa.

Quanto à falta da nomeação e divisão de editorias no jornal Folha da Mata de hoje, Pélmio disse que várias áreas recebem cobertura do jornal, mas afirma que essa divisão explícita no jornal de interior, não existe. “A gente tem essas coisas. A gente não fica é com o negócio de por página, nome disso, de por editor de por isso, aquilo, porque pra mim não existe”.

Ele acredita também que a identificação do nome das editorias não somaria para o jornal e diz que não tem como contratar uma pessoa para cobrir cada área, e os respectivos editores por setor. “Na verdade, a gente não tem como pagar pessoal pra isso. Tem dias que o jornal aqui é feito por duas, três pessoas”.

Ainda no início da Folha da Mata, com todas as dificuldades do jornal feito por tipografias, Pélmio lembra das multifunções do jornalista de interior. “(...) Bom, eu vou lá na rua, panho notícia, tiro fotografia, venho e escrevo, entro pra tipografia, faço a composição, ponho na máquina, imprimo, eu mesmo dobro, depois saio lá pra rua distribuindo. Quer dizer, quais funções eu exercia? Todas”. Ele afirma ainda que a execução de várias funções por uma só pessoa nas redações, depende da dimensão do jornal, e como no interior os jornais são pequenos é lá que isso acontece com mais frequência. “Aqui no Folha da Mata o José de Fátima está há anos. Ele era e continua sendo fotógrafo e chofer, nesses jornais maiores isso não pode de jeito nenhum. Agora, aqui, o camarada dirige, grava pra fazer o texto, faz a fotografia, e se precisar fazer mais alguma coisa, empurrar o carro que atolou no barro, ele empurra também. E não tem jeito de ser de outra forma, aqui a coisa é diferente”.

Pélmio considera as agências de notícias um facilitador para os jornais dos grandes centros. “Muitos jornais das capitais, o que na verdade eles fazem? 60, 70% das notícias deles

tudo vem de agência, tanto foto como texto. (...) As matérias são feitas dessa forma, o grosso vem quase pronto”.

Já quanto à facilidade de arrumar pautas no interior, pensando na proximidade geográfica e nos próprios leitores que sugerem pautas, ele diz que acha válida a sugestão de pauta, mas que é raro alguém informar sobre os eventos. “Aqui é a opinião pública que nos forma. A gente houve do povo pra fazer a notícia. A cidade é pequena, quando o jornal chega publicado, Viçosa todinha já sabe do acontecimento. Agora, nós temos obrigação é de procurar saber algumas coisas que a voz do povo não esta informando. Um fala uma coisa, outro fala outra, temos a obrigação de procurar saber do fato, aproximar ao máximo, se a verdade for simples chegar até ela, mas se for complexa nem isso a gente chega”.

Pélmio acredita que o jornalista de interior pode ser visto como um líder comunitário, porém isso depende da sua personalidade. “Eu acho que ele pode ser líder comunitário em função da personalidade dele. O fato dele ser jornalista não ajuda ele em nada e nem atrapalha. Nem todo camarada que trabalha em um jornal vira um líder. Às vezes, ele é assim, líder em funções de outros meios, do jeito dele se manifestar, de se colocar a frente de movimentos”.

Quanto à manutenção do jornal depender de uma gráfica própria, Pélmio discorda. Ele diz que alguns anos atrás, na época do tipógrafo, ele diria que sim, que importa. Porém, hoje com as facilidades de impressão e a expansão das empresas que fazem esse serviço, ele acredita que não é válido ter uma gráfica. “Agora, não vale a pena investir em material caríssimo para montar uma gráfica. É muito mais prático hoje fazer um contrato com uma outra empresa que faça a impressão, pode até mandar por e-mail, e, por exemplo, se eu mandasse pra Belo Horizonte em menos de quatro horas já estava pronta. Fica muito mais barato”.

Pélmio diz que a Folha da Mata tem hoje aproximadamente 50% do seu espaço dedicado à publicidade. “Sendo que a parte comercial às vezes cai, mas a editorial nunca cai”.

Ele afirma que no jornalismo de interior deve-se fazer a matéria pensando na comunidade, inserindo personagens aos fatos, para que as pessoas se vejam no jornal. “(...) O jornal semanal é diferente, por exemplo, as fotos, aquelas famosas de jogador de futebol, todos juntos e agachados. Aquilo é causa de riso para os cursos de jornalismo. Mas eles não entendem nada disso. Acontece que esse tipo de foto, até o analfabeto lê, porque é um jornal que uma comadre vai mostrar pra outra e vai falar: “Ah o Zezinho meu filho aqui”. Ela vê as notícias do bairro e já conhece: “Aqui o fulano de tal”. Aí põe isso aqui por quê? Porque tem muita gente que lê o jornal porque é o jornal dele, da comunidade dele mesmo. É o jornal do

mundo dele. Ele lê as coisas e sabe de quem o jornal está falando. (...) O jornal Folha da Mata e o verdadeiro jornal do interior faz essas coisas pra que? Pra ter o público que lê o jornal dele, ele passa ali e compra o jornal. Você pode olhar, é o único jornal que eles lêem”.

3.2 Planejamento editorial e gráfico

Dividimos a produção do protótipo em quatro fases distintas: linha editorial, divisão das editorias, codificação dos elementos do protótipo e o projeto gráfico.

1) Linha editorial

A política editorial é definida por Machado (1989, *apud* JORGE *et al.*, 2007, p.5) como um conjunto de estratégias que procurem direcionar a produção de publicações, de forma a levá-las a cumprir sua função social e seu destino enquanto produto de linguagem. De acordo com Rosinha (1989 *apud* JORGE *et al.*, 2007, p.5) uma política editorial determina o que deve ser editado, como editar e para quem editar.

Nesse sentido, todas as publicações do jornal “Chaves da Informação” devem ser voltadas para o seu público-alvo, que são: os xavierenses com 15 anos ou mais idade, alfabetizados.

As informações contidas no jornal devem ser úteis para a vida prática do leitor e a divulgação dos fatos deve ser ampla de modo a contemplar os mais variados segmentos da comunidade.

Visando que o entendimento do leitor sobre o texto do impresso seja fácil, claro e rápido, a linguagem deve ser formal, a partir de textos objetivos e didáticos. Não devem ser usadas palavras rebuscadas, porque trarão prejuízo na clareza da notícia.

O jornal visa ser independente, apartidário e sem vínculos ou predileções religiosas. Ele objetiva ser crítico, oferecendo ao leitor a informação correta, baseada em uma pluralidade de fontes, contemplando todos os lados envolvidos no fato. As críticas podem ser feitas contra tudo e contra todos, já que o jornal deve cumprir seu dever de apartidarismo.

O jornalismo realizado no interior tem o dever de informar, apresentar uma opinião “justa” do que entende como correto, e cobrar por mudanças quando necessário, sendo sempre ético. A emissão de opiniões do jornal deve limitar-se ao Editorial, onde o jornal comente e dê sua interpretação sobre alguma matéria da edição. Assim, a opinião deve ater-se somente ao Editorial e todas as matérias devem ter caráter informativo e prezar pela neutralidade.

A diagramação deve ser bem organizada de modo a guiar a leitura do público-alvo. Deve-se usar das cores da capa e contracapa para obter a atenção do leitor. As fontes/tipos devem ser harmônicas entre si para favorecer a leitura. Com exceção das vezes em que o

contraste da fonte for usado propositalmente com a função de diferenciar e ser chamativo, como nos títulos.

Para facilitar a compreensão do impresso, sempre que possível utilizar tabelas, mapas, quadros e gráficos.

As publicidades devem ser focadas na própria cidade e ocupar em média um volume de 15% a 20% do impresso. As páginas ímpares atraem mais o olhar e por isso os anúncios nelas impressos devem ser mais caros. O anunciante tem o direito de colocar o anúncio no espaço que contratou, mas não poderá interferir nas questões editoriais da publicação.

2) Divisão das editorias

O resultado do questionário mostrou que os xavierenses se interessam por diferentes assuntos do município para compor o jornal local. Para realizar a divisão de editorias, seguimos as preferências mostradas pelos resultados e também agrupamos os temas que se relacionavam.

A divisão editorial é uma forma de facilitar a leitura do impresso porque através dessa nomeação, o leitor utilizará as editorias como um índice para buscar os assuntos que os interessa. Porém, quando o jornal for implantado, não pretendemos contratar um jornalista para cobrir cada editoria porque sabemos dessa impossibilidade devido à estrutura específica do jornalismo interiorano, que tem equipe reduzida.

O jornal terá nove editorias fixas. São elas: Coluna Social, Classificados, Cultura, Economia, Entretenimento, Educação, Esporte, Previsão do Tempo, Política e Saúde.

Algumas dessas editorias possuem subdivisões, com os temas das subdivisões não sendo fixos. Essas subdivisões são: infantil, informática e tecnologia, meio ambiente, história da cidade, religião, turismo, ciência, policial, nacional e cidades vizinhas. A preferência será dada para a publicação dos materiais jornalísticos “quentes”, ou seja, mais factuais.

Assim, em todas as editorias será dada preferência por relatar informações locais “quentes”. As matérias “frias” também serão trazidas para o jornal, como no espaço dedicado à história da cidade, que deve ser publicado uma vez a cada duas edições. Também podem aparecer matérias educativas sobre alguns temas como saúde e meio ambiente. Porém, essas matérias “frias” estarão em menor quantidade e poderão servir como matérias de “gaveta” para cobrir algum espaço do jornal que ficar vago.

O tema educação foi o mais marcado com 7%, e devido a isso tem um maior espaço no jornal dedicado a ele. A editoria de *Educação* tem três subdivisões que não são fixas: infantil, informática e tecnologia e meio ambiente. Também pode conter matérias sobre a

educação escolar do ensino básico, médio e superior e abordar ainda, a educação que deve ser dada aos filhos. Vale ressaltar que as matérias infantis devem ser direcionadas aos pais ou adultos em geral, já que as crianças não fazem parte do público-alvo.

Para que fique clara a abordagem educativa para o tema meio ambiente, pode ser dado um exemplo: apresentar informações sobre qual é o correto manejo de técnicas agrícolas para o solo. Já a editoria de informática e tecnologia pode ser voltada para os jovens que fazem parte do público-alvo. Pode conter informações sobre as novidades da internet e dos jogos eletrônicos, por exemplo.

Os assuntos ligados a cultura receberam 6% das marcações. Como subdivisões da editoria *Cultura* estão: história da cidade, religião e turismo locais. Os assuntos sobre religião não devem privilegiar nenhum tipo de crença, cobrindo eventos religiosos de relevância para a comunidade. As histórias da cidade serão matérias frias que poderão ser escritas pelo repórter em formato de crônicas ou narrações descritivas contendo fatos verídicos, baseados em entrevistas; ou também podem ser apresentadas em grandes entrevistas em formato pingue-pongue. Elas devem ser publicadas uma vez por mês e receber o nome de *Contos e Histórias Xavierenses*. Além dessas duas subdivisões, todos os assuntos relacionados à cultura local poderão ser abordados, dando preferência por matérias “quentes”.

Outra editoria é a de Saúde, marcada com 6% na pesquisa. Deve haver matérias sobre a saúde no município, como surto de doenças, campanhas, etc. Também podem ser feitas matérias informativas “frias” sobre o assunto. Uma subdivisão dessa editoria é a ciência, que deve ser trabalhada quando o assunto se mostrar de relevância para a cidade.

A editoria de *Política* deve cobrir as reuniões semanais da Câmara Municipal e outras reuniões extraordinárias, e tudo que for referente à política do município. Deve ser frisado que o jornal visa ser apartidário e, portanto, não deve ser dado privilégio a nenhum partido político. O assunto política foi marcado por 6% das pessoas.

A editoria de *Esportes* deve cobrir os eventos esportivos da cidade. Caso haja alguma matéria “fria” que fale sobre os benefícios do esporte para a saúde, por exemplo, ela deve ser deslocada para a editoria de *Saúde*, e indicado como “chapéu” o nome *Esporte*. Esse tema recebeu 5% das marcações no questionário.

O assunto economia teve também 5% das marcações dos xavierenses que responderam ao questionário. A editoria de *Economia* abordará assuntos econômicos do município.

Entretenimento recebeu 4% das marcações e deverá trazer jogos como sudoku e cruzadinha. Não trará resumo de novelas, nem previsão astrológica porque ficaria ultrapassado rapidamente, já que o jornal é quinzenal.

Será dedicado um espaço pequeno à *Coluna Social*. Ela recebeu 4% das marcações. Nessa seção serão expostas fotos e pequenas notas sobre os eventos festivos da cidade. A coluna não será paga.

O assunto policial teve 4% das marcações. A editoria *Policial* provavelmente não será fixa, já que a cidade possui baixo índice de violência.

Os *Classificados* receberam 4% da marcação. Esse será um espaço pago para anúncio, deverá ter seu tamanho proporcional às demandas da população, porém não poderá ultrapassar meia página. Receberá o nome de *ClassiChaves*.

A previsão do tempo deverá vir sempre na parte de baixo da segunda página trazendo a previsão do final de semana, já que o jornal será publicado às sextas-feiras. A previsão do tempo recebeu 3% das marcações.

As notícias nacionais e também as referentes às cidades vizinhas só serão publicadas quando forem de relevância para o município xavierense. Sendo assim, não são editorias fixas e de acordo com o tema devem ser direcionadas para as editorias já existentes. Deve ser indicado abaixo da editoria, o “chapéu” que explicará o tema. O tema cidades vizinhas deve ser mencionado no chapéu como *Campo das Vertentes*. Por exemplo, se a notícia for sobre saúde nas cidades vizinhas deverá aparecer dentro da editoria de *Saúde*, e abaixo da indicação da editoria deverá vir o chapéu *Campo das Vertentes*, que deixará claro para o leitor qual assunto será abordado.

O jornal terá espaço fixo na página dois dedicado ao Expediente, Editorial, a correção de erros, a opinião dos leitores que poderão ser enviadas por cartas ou e-mail.

O Editorial não deverá ser assinado, mostrando assim que contém a opinião do jornal. Pode-se apresentar um ponto de vista sobre o assunto de destaque do jornal, algum fato de relevância para a comunidade, ou ainda uma breve apresentação dos principais assuntos da edição do jornal.

3) Codificação dos elementos

- Assinatura do texto

Deve vir escrita em letra maiúscula no alto do texto, logo após o título ou subtítulo.

- Chapéu/Sobretítulo

Não é de uso obrigatório. Deve vir sempre sublinhado e digitado em corpo menor que o título. Na apresentação das editorias que foram agrupadas deve-se colocar primeiramente o nome da editoria, seguida pelo chapéu que indicará o tema. Como por exemplo, o nome da editoria *Cultura*, vem seguido pelo chapéu *Religião*, quando o tema a ser tratado for este.

- Crédito

Deve ser dado a todas às ilustrações da edição. O nome do responsável deve aparecer na horizontal, em cima da foto, com as iniciais maiúsculas e o restante minúsculo.

- Foto

Deve ser dada preferência para a foto que apresente interesse noticioso e competência de enriquecer a informação. As fotos devem ser colocadas em locais menos valorizados da página. Devem ser evitados locais privilegiados, como no topo, porque é evidente que o leitor identificará a foto em qualquer ponto da página.

- Intertítulo

Usar sempre que necessário para dividir as matérias longas, para dar mais ritmo à leitura. Devem ser escritos em negrito, em caixa alta, alinhados à esquerda e no mesmo tamanho da fonte do texto.

- Legenda

Deve descrever a foto em linguagem direta e objetiva, esclarecendo as dúvidas que a foto possa levantar. Pode ressaltar alguma informação importante contida no texto, que vá além do que o leitor vê na foto. O verbo deve ser redigido no presente. Quando aparecerem até cinco pessoas na foto a legenda deve identificar todas e em fotos de grupos a posição de cada pessoa citada deve ser esclarecida: ao fundo, no centro, à direita.

- Manchete

Deve ficar na cabeça de uma página ímpar e ter destaque no tamanho da fonte.

- Notícias

Devem iniciar com o elemento principal do texto e ser aprofundada e complementada no seu decorrer. As matérias principais de cada edição podem ter esse complemento através de boxes didáticos e explicativos, mapas e gráficos. Esse recurso visa que tanto o leitor que tenha somente alguns minutos para ler o jornal quanto àquele que tenha uma hora, fiquem bem informados.

- Olho

Não é de uso obrigatório, mas pode ser usado para arejar a leitura e destacar os melhores trechos do texto. Deve ser usado principalmente nas matérias maiores.

- Página ímpar

Deve conter as informações mais importantes da edição, porque é onde há maior atenção visual do leitor.

- Subtítulo

Não é de uso obrigatório. Deve vir em fonte menor que a do título e em itálico. Pode ser usado em matérias maiores como recurso de completar o significado do título.

- **Título**

Deve ser um resumo preciso da informação principal do texto. De preferência o título deve possuir um verbo redigido no presente do indicativo, como forma de torná-lo mais impactante e expressivo. Em textos informativos deve ser evitado o uso de dois pontos, e não deve ser utilizado o ponto final, nem interrogação, exclamação ou reticências. Não devem ser repetidas no título as palavras iniciais do texto.

4) Projeto gráfico

Através de um desenho feito à mão planejamos todo o impresso em uma espécie de “arquitetura” da informação do jornal. A “arquitetura” informacional indicou onde deveriam ficar o cabeçalho, as editorias, o editorial, a disposição das chamadas na capa, os títulos, espaços para fotos, os anúncios, o logotipo do jornal, quais signos e cores deveriam ser usados, bem como a definição de qual o espaçamento entrelinhas, a fonte, o número de colunas por página, dentre outros. Esse planejamento foi essencial para nos guiarmos na construção da estrutura gráfica.

Apresentaremos o projeto gráfico em quatro etapas, levando em consideração os princípios básicos do design classificados por Robin Williams como: alinhamento, proximidade, contraste e repetição¹⁵.

4.1 O Alinhamento foi usado:

- Na medida das margens que delimitam o espaço onde serão colocados os elementos na página. É importante que as margens se repitam no mesmo padrão da página modelo.
- Nas colunas.
- No espaço entre as colunas, que não é muito estreito para não parecer que está entulhado, nem muito grande para não parecer que são duas coisas distintas.
- Nas linhas guias que dividem as páginas em seções horizontais e são úteis para determinar onde começa e onde termina cada notícia.

4.2 A Proximidade foi usada:

- Na organização do conteúdo.
- Nos elementos textuais (títulos, corpo do texto) que respeitam o alinhamento que foi projetado.

¹⁵ Esses conceitos já foram explanados na parte teórica desse relatório.

- Em todos os elementos que compõem uma matéria, sejam eles textuais ou não (gráficos, fotos), estão dispostos de modo a formar um bloco coeso.
- Nos títulos que ocupam em largura a quantidade de colunas ocupadas pela matéria.
- Na nomeação de editorias, que funciona como um índice, e sua presença é essencial para que o leitor ache a matéria desejada, sem que para isso precise ler todos os títulos do impresso.

4.3 O Contraste foi usado:

- Com o objetivo de criar dois propósitos básicos: interesse pelo projeto gráfico e auxiliar na hierarquia de informações, para que o leitor compreenda qual é o fluxo lógico do conteúdo apresentado.
- Foram contrastados: tipografias e cores.
- Foi usada uma fonte que traduz a identidade visual do impresso.
- A cor do texto é outra forma de contraste e as entrelinhas têm esse papel. Os pontos entre as entrelinhas são maiores (13,5), com isso o texto fica menos junto e a cor é mais clara.
- Para o texto fluir naturalmente observamos: entrelinha, tamanho das fontes, comprimento das linhas, a própria fonte e espaço entre letras. Há um consenso de que linhas entre 60 e 70 caracteres promovem uma boa leitura. Textos contínuos e com muito volume conseguem uma boa legibilidade quando o seu corpo varia entre 8 e 12 pontos e a entrelinha entre 1 a 4 pontos do tamanho da fonte, a depender da fonte escolhida.

4.4 A Repetição foi usada:

- Com o propósito de unificar e fortalecer a identidade visual da publicação. O que indicará para o leitor que cada uma das páginas pertence a um mesmo jornal.
- Elementos que estão presentes/repetidos em todas as páginas: fios, nome do jornal, número da página, data da edição corrente, repetição das “margens em branco” em volta de cada foto, fontes, negrito nos títulos, distribuição dos textos em colunas.

3.3 Produção gráfica do protótipo

Nessa fase criamos uma estrutura gráfica do jornal seguindo o planejamento previamente realizado na etapa anterior. A diagramação foi feita pelo ex-aluno do curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV, Victor Godoi. Ele desenvolveu todo o visual gráfico do impresso, usando para tal, principalmente os programas *InDesign CS3* e *Adobe Photoshop CS3*.

O logotipo criado para o jornal “Chaves da Informação – O jornal dos Xavierenses” é o seu próprio nome e se encontra no cabeçalho do periódico.

3.4 Revisão e impressão

A estrutura gráfica e a arte foram revisadas e corrigidas. A partir daí, todo o material pronto foi impresso para ser apresentado à banca.

3.5 Características do protótipo “Chaves da Informação”

- **Tiragem:** 760 exemplares.
- **Periodicidade:** quinzenal.
- **Número de páginas:** 8.
- **Formato:** tablóide (26,5cm x 40cm).
- **Papel utilizado no protótipo:** sulfite branco.
- **Papel proposto para o jornal quando estiver em circulação:** papel jornal.
- **Cor:** capa e contracapa policromáticas, demais páginas monocromáticas.
- **Público-alvo:** xavierenses com 15 anos ou mais idade, alfabetizados.
- **medida das margens:** topo: 18mm - base: 18mm – interna: 10mm – externa:10mm.
- **espaço entre colunas:** 5mm.
- **número de colunas:** 5.
- Textos das matérias:** entrelinhas 13,5; fonte Calisto MT; tamanho 12.
- Título:** fonte Plantagenet Cherokee; tamanho 36.
- **Subtítulo:** fonte Plantagenet Cherokee; tamanho 18:
- **Chapéu:** fonte Elephant (Underline); tamanho 14.
- **Legenda:** fonte Calisto MT Italic; tamanho 11.
- **Olho:** fonte Calisto MT; tamanho 22.
- **Intertítulo:** fonte Calisto MT Bold (Caixa Alta); tamanho12.
- **Assinatura do texto:** fonte Calisto MT (Caixa Alta); tamanho 12.
- **Crédito das fotos:** fonte Calisto MT Italic; tamanho 10.
- **Editorias:**
 - 1.) Política, Economia, Saúde, Cultura, Educação, Esporte: fonte Elephant (Caixa Alta); tamanho 16.
 - 2.) Coluna Social e Classificados: fonte Elephant (Caixa Alta); tamanho 27,8.

- Cabeçalho:

- 1.) Nome do jornal (Chaves da Informação): fonte Thyssen J (Caixa Alta); tamanho 78.
- 2.) Subtítulo (O jornal dos Xavierenses): fonte Thyssen J Italic (Caixa Alta); tamanho 24.
- 3.) Demais itens do cabeçalho: fonte Plantagenet Cherokee (Caixa Alta); tamanho 12.

- **Publicidade:** ocupa aproximadamente 15% do espaço total do jornal.

- **Preço da venda avulsa:** não foi fixado, porém 89% das pessoas que responderam ao questionário disseram que pagariam pelo jornal.

- **Distribuição:** pontos comerciais do Centro da cidade.

- **Editorias fixas:** Coluna Social, Classificados (ClassiChaves), Cultura, Economia, Entretenimento, Educação, Esporte, Previsão do Tempo, Política e Saúde.

- **Sub-temas para as editorias:** infantil, informática e tecnologia, meio ambiente, história da cidade (Contos e Histórias Xavierenses), religião, turismo, ciência, policial, nacional e cidades vizinhas (Campo das Vertentes).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da observação e do convívio percebemos que os xavierenses são prejudicados pela falta de um meio de comunicação que lhes proporcionem informações jornalísticas locais e prezem pela atualidade, periodicidade, e tenham o mínimo de consideração às fontes.

Ao longo da produção desse projeto, pudemos perceber que essas desconfianças ocorridas no início desse ano, quando ainda aperfeiçoávamos o tema para o trabalho de conclusão, eram de fato relevantes. Essa pertinência foi se comprovando durante a aplicação do questionário, quando os xavierenses mostravam-se entusiasmados em saber da possibilidade de um jornal desenvolvido para a cidade. Tal foi a nossa surpresa em saber que a população também percebe os prejuízos causados pela desinformação, quando juntando os resultados desse questionário nos deparamos com um número significativo: 91% das pessoas responderam que consideram necessário um jornal com informações locais para Cel. Xavier Chaves. Mais tarde, quando começamos a tirar as fotos de alguns eventos da cidade para ilustrar o protótipo, algumas pessoas que haviam respondido ao questionário também se aproximavam curiosas em saber se o jornal seria publicado.

Temos consciência de que esse trabalho é apenas uma semente para que um dia o jornal “Chaves da Informação” esteja em circulação na cidade. Através das pesquisas bibliográficas e das entrevistas com os jornalistas Lúcio e Pélmio, donos de jornais em Viçosa, pudemos visualizar que para se abrir um jornal as dificuldades vão muito além do que propusemos nesse projeto, que foi a montagem do produto jornal. Para colocar os jornais nas ruas é preciso abrir uma empresa, tendo a devida preocupação com todas as partes econômicas e administrativas que isso envolve, mas isso não cabe discutir nesse projeto.

Percorremos todo o caminho visando alcançar o objetivo proposto neste projeto experimental, construir o projeto gráfico e editorial de um jornal local para Coronel Xavier Chaves. Hoje, com o protótipo pronto, podemos afirmar que um passo à frente já foi dado para que futuramente o jornal “Chaves da Informação” possa deixar os xavierenses a par dos acontecimentos locais e concretizar todos os benefícios advindos dessa informação, como o fortalecimento de identidade, da cultura, do sentimento de pertença da comunidade, a ativação da cidadania, e o registro histórico.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Luiz. *Técnica de jornal e periódico*. 3 ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro; 1978.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: As técnicas do jornalismo*. 4 ed. São Paulo: Ática, 1990.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. Estabelece o direito à informação. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm> Acesso em: 28 maio 2009.

COLLARO, Antonio Celso. *Projeto gráfico: Teoria e prática da diagramação*. 4 ed. São Paulo: Summus, 2000.

CORREIA, João. *Jornalismo regional e cidadania*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=93> Acesso em: 16 jun. 2009.

DORNELLES, Beatriz. *Características de jornais e leitores interioranos no final do século 20, 2004*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=810> Acesso em: 10 jun. 2009.

FERNANDES, Mario Luiz. *A força do jornal no interior*. Itajaí: UNIVALI, 2003.

FERNANDES, Mário Luiz. *Perfil da pequena imprensa de Santa Catarina*. Porto Alegre, RS, 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2000.

GUSSO, Ana Cláudia. *O jornalismo no interior de Santa Catarina*. 2006. Disponível em: <http://www.comunicacaoempresarial.com.br/rev_artigos4AnaClaudiaGusso.htm> Acesso em: 10 jun. 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *População e Domicílios: Censo 2000 com Divisão Territorial 2001*. Disponível em <www.ibge.gov.br/cidadesat> Acesso em: 12 maio 2009.

JORGE, A. C. L. *et al. Política Editorial nos principais jornais e revistas*. In: SIC - Simpósio de Iniciação Científica, 2007, Viçosa. Anais do XVI SIC, 2007.

MAGALHÃES, Manoel Vilela de. *Edição Jornalística: Manual para estudantes de comunicação*. Brasília: Senado Federal, 1977. v.1.

MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

OLIVEIRA, M. S. de. *et al.*. *Introdução a Estatística*. Editora UFLA, 2008.

SANTOS, Cíntia Amária. *O processo de alimentação da imprensa interiorana em contraposição ao processo de alimentação da grande imprensa nacional*. 2005. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/1117.html>> Acesso em: 20 maio 2009.

SILVA JUNIOR, Amaury Fernandes da. *Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico*. Rio de Janeiro: Livraria Rubio, 2003. v.1.

SILVA, Esdras Domingos da.; MARTINS, Salvador Lopes. *Jornalismo no interior: um desafio diário*. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Jornalismo_no_interior:_um_desafio_di%C3%A1rio> Acesso em: 10 jun. 2009.

SILVA, Marcos Paulo da. *O Jornalismo como ferramenta de recuperação da História local: o caso das famílias lençoenses do século XIX*. 2003. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/GT1-01-Ojornalismocomoferramente-MarcosPaulo.pdf>> Acesso em: 11 jun. 2009.

SILVA, Wenio Tavares; SILVA, Luiz Custódio da. *As contribuições do Diário da Borborema para o Desenvolvimento Local na Década de 1980*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 32.,2009. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: INTERCOM, 2009.

WILLIAMS, Robin. *Design para quem não é designer*. Noções básicas de planejamento visual. 2ª ed. Trad. Laura Karin Gillon. São Paulo: Callis, 2006.

6. GRÁFICOS

1. Resultados do questionário

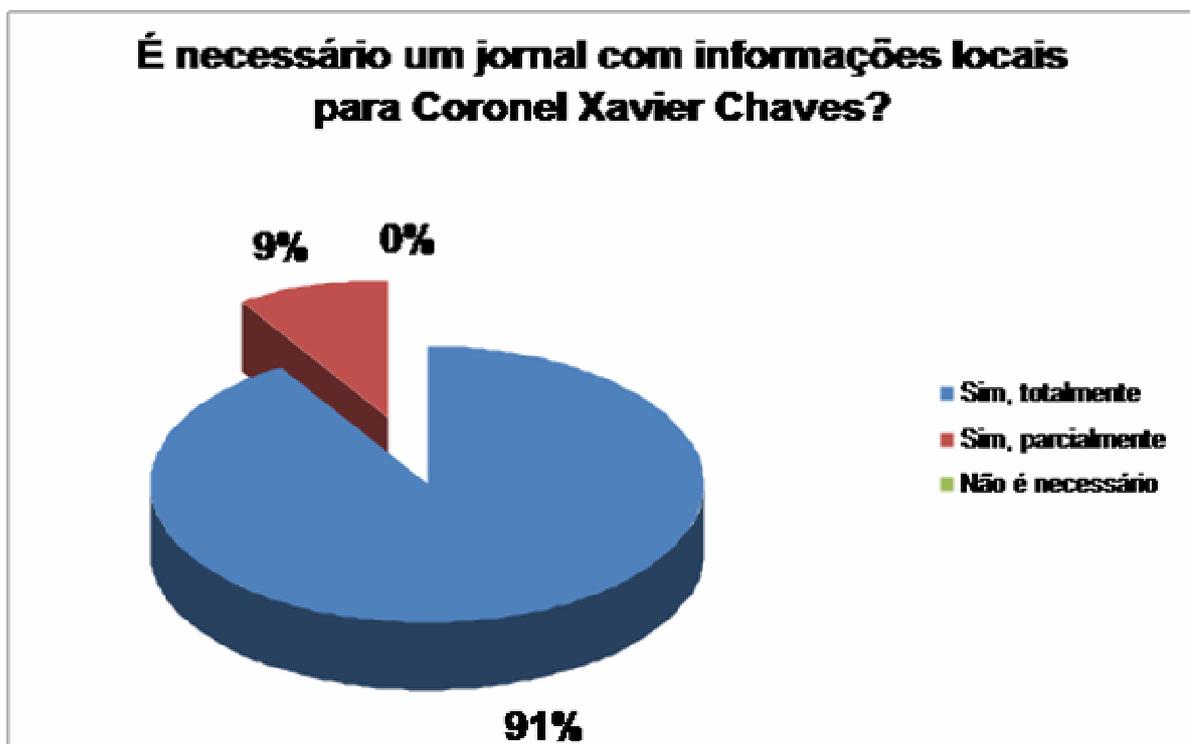
1.1 Meio de comunicação local que os xavierenses mais adquirem informações



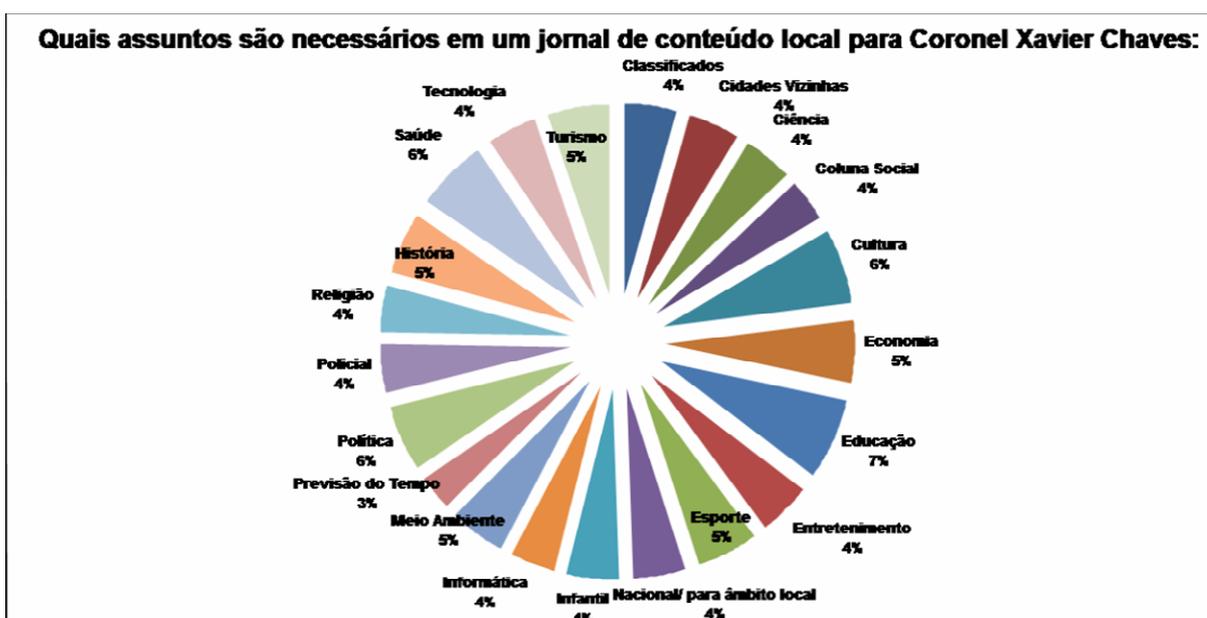
1.2. Suficiência dos meios de comunicação locais para obtenção das informações por parte dos xavierenses



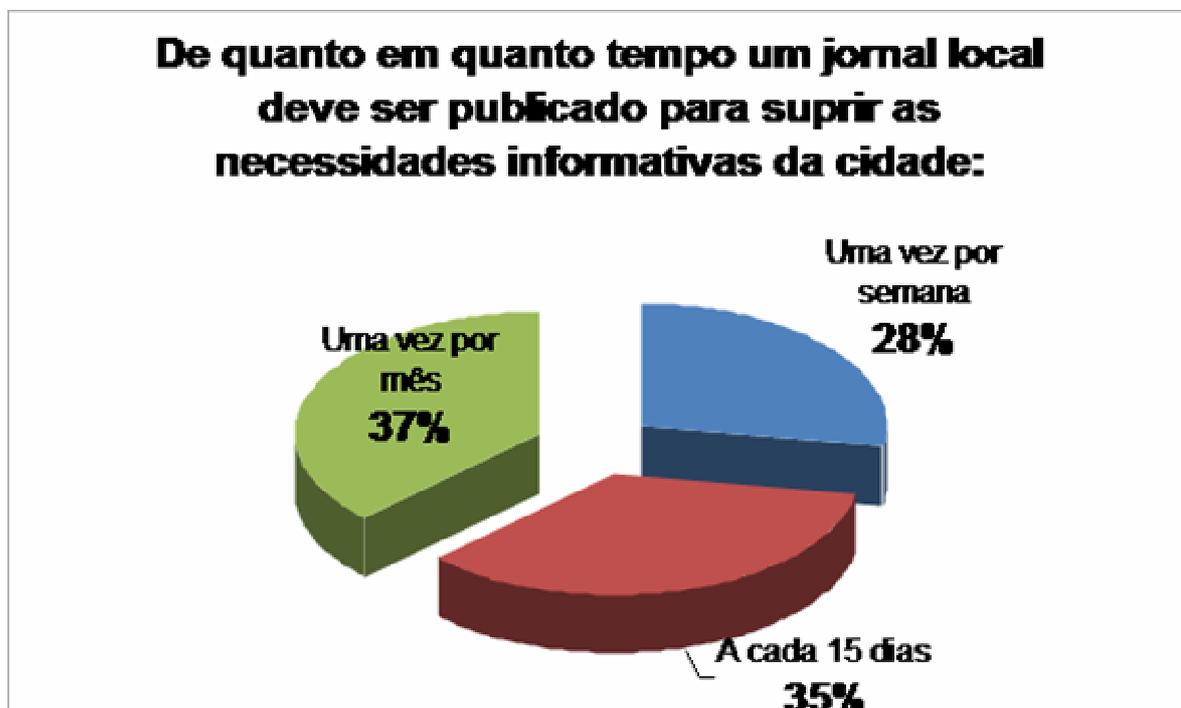
1.3. É necessário um jornal com informações locais para Cel. Xavier Chaves?



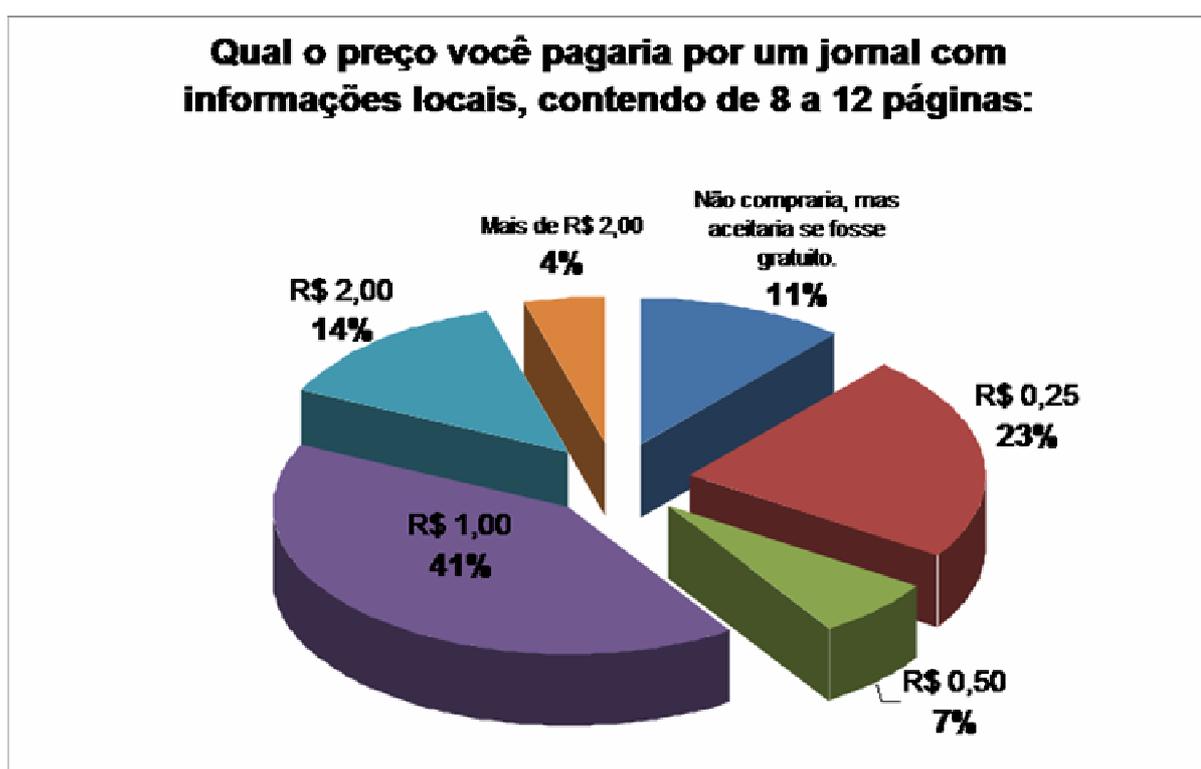
1.4. Quais assuntos são necessários em um jornal de conteúdo local para Coronel Xavier Chaves



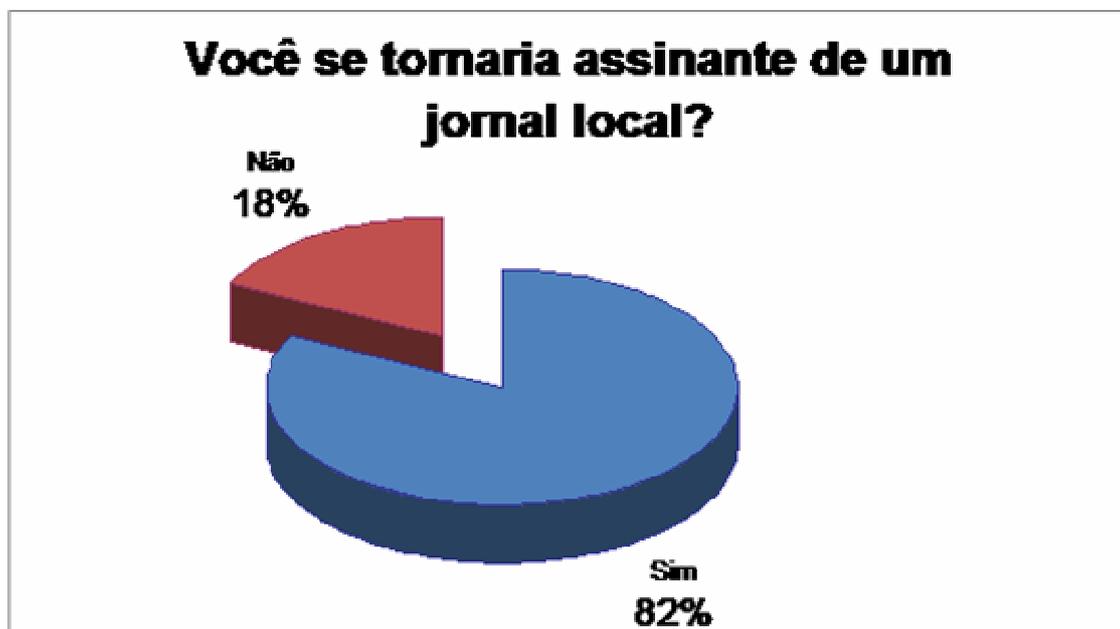
1.5. De quanto em quanto tempo um jornal local deve ser publicado para suprir as necessidades informativas da cidade?



1.6. Qual o preço você pagaria por um jornal local contendo de 8 a 12 páginas?



1.7. Você se tornaria assinante de um jornal local?



7. ANEXOS

1.) Questionário

Um jornal para os Xavierenses

Este questionário faz parte e contribuirá para a pesquisa do Projeto de conclusão de curso em Comunicação Social/Jornalismo de Paula Resende Chaves, graduanda da Universidade Federal de Viçosa. O projeto tem o propósito final de montar uma estrutura de jornal impresso, de cunho local, voltada e desenvolvida para Coronel Xavier Chaves.

1-) De que forma você adquire a maior parte de informações sobre Coronel Xavier Chaves? Numere por ordem, de 1 a 4, sendo o número 1 indicador do meio de comunicação que você mais adquire informações.

- Alto-falante da Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição.
- Boca-a-boca.
- Rádio Comunitária São Francisco.
- Site institucional da Prefeitura Municipal (www.coronelxavierchaves.gov.mg.br).

Outros. Qual? _____

2-) Você considera os meios de comunicação existentes em Cel. Xavier Chaves suficientes para obter informações locais?

- Sim, totalmente.
- Sim, parcialmente.
- Não atende a cidade.
- Não tenho opinião formada sobre o assunto.

3-) Você considera necessário um jornal com informações locais para Coronel Xavier Chaves?

- Sim, totalmente.
- Sim, parcialmente.
- Não é necessário.

4-) Quais assuntos você considera importantes para serem expostos em um jornal de conteúdo local para Cel. Xavier Chaves? Marque com “**XX**”, todos os assuntos que para você são mais importantes (imprescindíveis) e “**X**” para os assuntos que considerar importante:

- Classificados.
- Cidades Vizinhas.
- Coluna Social.
- Cultura.
- Economia.
- Educação.
- Entretenimento.
- Esporte.
- Fatos de relevância nacional voltados para as especificidades da cidade.

- Infantil.
- Política.
- Policial.
- Previsão do tempo.
- Resgate da história da cidade.
- Saúde.
- Tecnologia.
- Turismo.

5-) De quanto em quanto tempo você acha que um jornal local deve ser publicado para suprir as necessidades informativas da cidade?

- 1 vez por semana.
- A cada 15 dias.
- 1 vez por mês.

6-) Escreva na linha abaixo quais são os melhores lugares (os pontos comerciais), para que os jornais fossem deixados à venda no seu bairro ou rua.

7-) Qual o preço você pagaria por um jornal com informações locais, contendo 8 páginas? Marque com um **X uma das opções abaixo:**

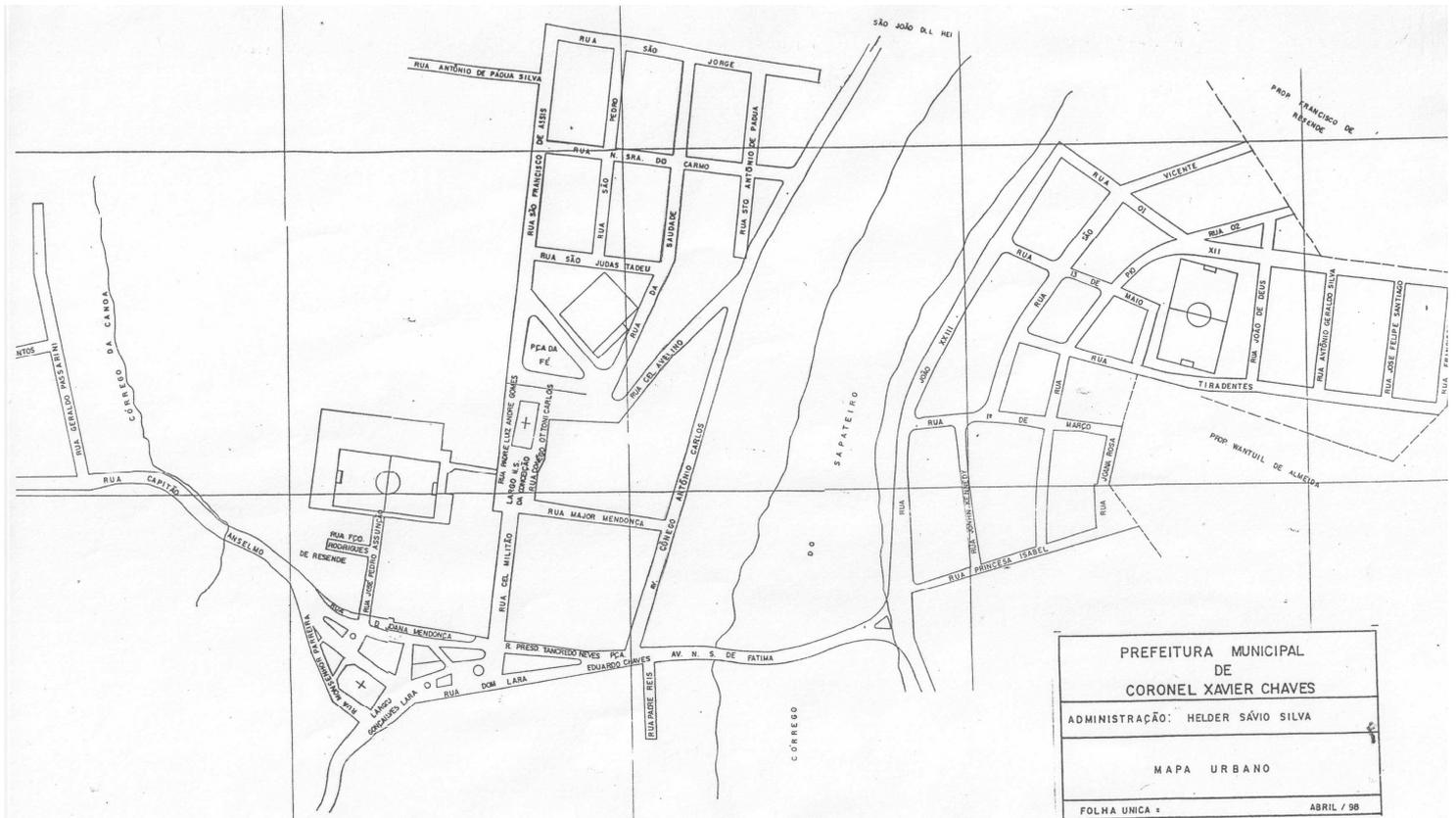
- Não compraria, mas aceitaria se fosse gratuito.
- R\$ 0,25 (25 centavos).
- R\$ 0,50 (50 centavos).
- R\$ 1,00 (1 real).
- R\$ 2,00 (2 reais).
- Mais de R\$ 2,00.

8-) Você se tornaria assinante de um jornal local?

- Sim.
- Não.

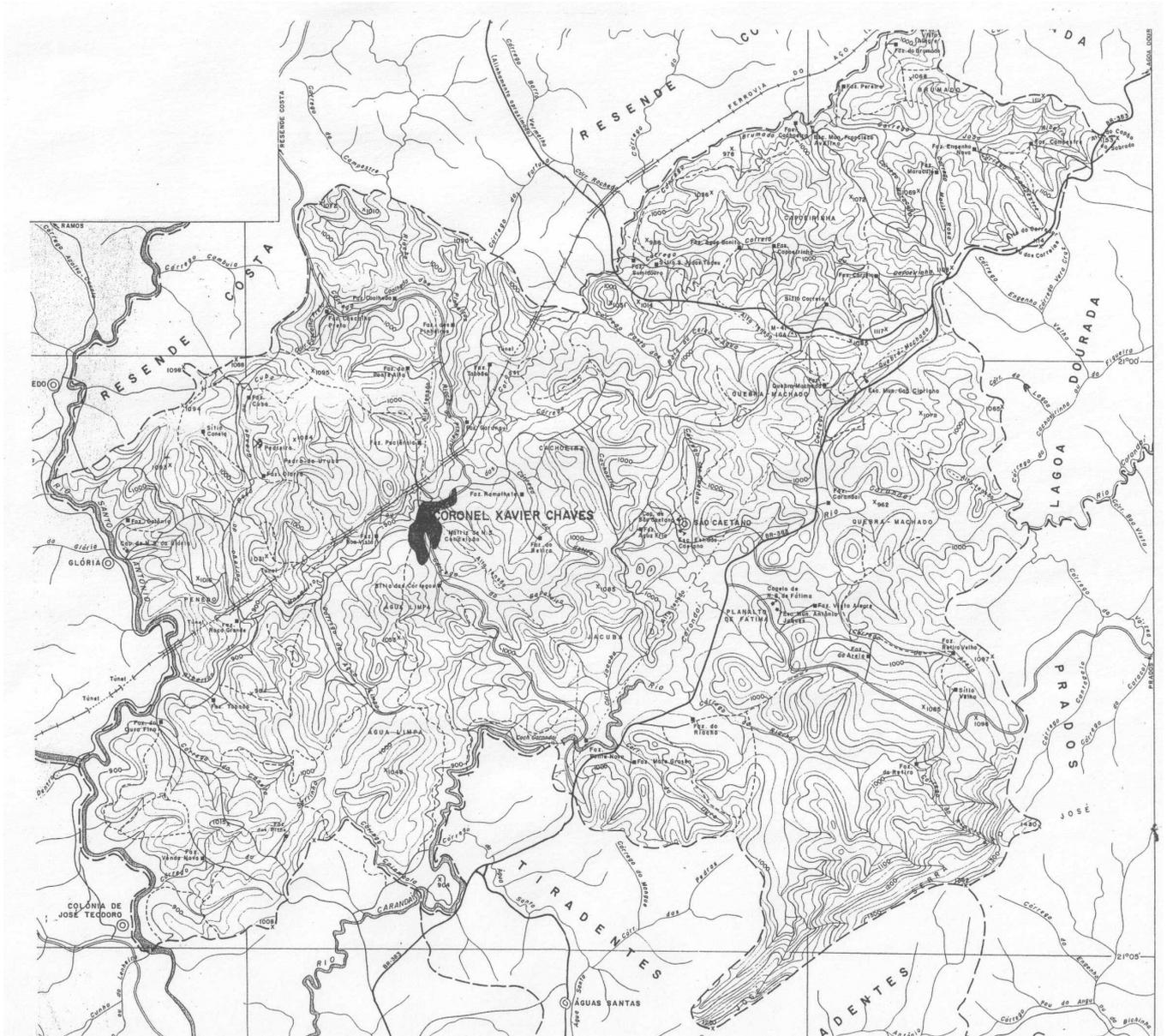
Por quê? _____

2.) Mapa urbano de Coronel Xavier Chaves, englobando os quatro bairros: Centro, Nossa Senhora da Conceição, Vila Fátima e Vila Mendes.



Fonte: Prefeitura Municipal de Cel. Xavier Chaves

3.) Mapa da zona rural de Coronel Xavier Chaves englobando: São Caetano, Olhos D'água, Quebra Machado, Planalto de Fátima, Água Limpa, Cachoeira, Pinheiros, Invernada, Brumado e Barreiro.



Fonte: Prefeitura Municipal de Cel. Xavier Chaves

4.) Entrevista com Lúcio Sant`Ana

Paula: Conte sobre a história do jornal Tribuna Livre, relacionando com o projeto gráfico e editorial feito na época. Como surgiu a idéia de criação do Jornal?

Lúcio: Tá. O Tribuna Livre surgiu em dezembro de 1985. Como surgiu a idéia de se lançar um jornal em Viçosa? Eu simplesmente achava que tinha espaço para mais um. Nós tínhamos um jornal aqui, que é o tradicional, Folha da Mata, que circula até hoje. Um jornal que já deve estar com quase 50 anos de circulação ininterrupta. Antes tinha a periodicidade indefinida, né?! E depois passou a ser definida.

Eu achava que havia espaço para um jornal mais questionador, um jornal mais é chato no bom sentido, sabe? Um jornalismo diferenciado porque eu acredito nesse jornalismo que cobra que critica, mas que critica atos administrativos e políticos. E não um jornalismo que critica pessoas. O Tribuna não tem o interesse na vida pessoal de A ou B, nós não sabemos disso aqui. Quem fez o que fez, isso não nos importa. A nossa crítica é contra fatos que afetam a cidade. Um administrador da cidade, da universidade e tal. Então, por acreditar nesse processo eu lancei o jornal mesmo sendo quinzenal. No início, ele era quinzenal porque eu temia que não tivesse uma estrutura financeira para bancar um jornal com uma periodicidade mais curta, né? Por que? É, você primeiro tem que convencer. Há uma necessidade de auto-afirmação sua no início. Você até escreve os editoriais preocupado em se auto-afirmar. Ou seja, você tem que provar para as pessoas que é capaz de lançar um jornal e de conquistar leitores, tá? Numa cidade universitária, uma cidade que tem um padrão cultural muito bom como essa, né? Você tem que ter uma proposta que convença. E o Tribuna nasceu diferente, um jornalismo investigativo que conseguia ser diferente apesar de ser quinzenal e a gente tendo um jornal aqui que circulava semanalmente. Então, não passar aquela imagem de que estava copiando, fazendo matérias velhas, era um desafio. E era ao mesmo tempo uma grande aprendizagem.

A princípio tudo é novidade e você muito inexperiente, apanha muito e vai aprendendo. Mas, a proposta germiu, né? Deu certo, aos pouquinhos foi crescendo e estamos aí hoje com um jornal com 23 anos e meio.

Paula: Você falou que o Tribuna Livre não noticia fatos sobre a vida das pessoas, ele expõe os problemas, ou os fatos relacionados somente aos poderes públicos e administrativos e os criticam para tentar melhorá-los. Então o Tribuna tenta investigar como as coisas estão

ocorrendo e cobrar para que a coisa certa seja feita, mesmo tendo o peso de no interior as pessoas se conhecerem e estarem próximas?

Lúcio: Quando nasceu meu jornal, eu não me esqueço de uma coisa. Um amigo meu, dono de uma rádio aqui de Viçosa. Ele disse assim: “Lúcio, fazer jornalismo no interior é muito difícil”. Ele já tinha essa rádio há mais de vinte anos. “Porque você critica o cara aqui e encontra com ele na igreja, encontra com ele no clube, encontra com ele na rua, na praça, ou em qualquer lugar”. Mas eu simplesmente ignorava essas coisas, eu tinha consciência que a partir do momento que eu lançasse um jornal, eu conquistaria pessoas amigas e aqueles que não gostariam de mim, no caso. Eu sabia que o preço que eu pagaria seria alto, sabe? Mas ao mesmo tempo eu tinha a convicção plena de que se eu fosse ligado ao que A ou B pensa de mim ou fala de mim, eu não desempenharia o papel de diretor de um jornal. E você no início não é só diretor de um jornal. Você é jornalista, você é repórter, você é redator, você é fotógrafo, você é diagramador.

Eu comecei fazendo boneca, eu riscava o jornal, pegava um papel do mesmo tamanho do meu jornal e rodava. Eu rodava, eu não tinha gráfica, eu rodava em Juiz de Fora. Eu cheguei a passar noites ajudando a fazer o meu jornal em uma empresa gráfica de Juiz de Fora, para sair com ele de manhã cedo, correndo pra Viçosa, pra ele circular. Então, a teimosia foi tamanha, as decepções foram tantas. Um ônibus da Unida passava com o jornal direto pra Ponte Nova. Já houve um caso de parar em Carangola e voltar até Juiz de Fora. Eu não desiste, não sei explicar porque. Acho que Deus, previu a minha teimosia. Não tem cara mais cabeça dura do que esse, acho que papai do céu falava assim, entendeu? Porque é muito difícil, mas eu sempre tive convicção de que se a pessoa não tivesse preparada para aceitar uma crítica, eu não estaria perdendo muito em termos de amizade, sabe? Porque eu acho que a crítica faz parte de um processo de amadurecimento. Ora, qual é o papel de um jornal? Um jornal deve contribuir pro processo de amadurecimento de uma sociedade, quando você critica, cobra, você passa a ser usado, você passa a ser alvo. Então o diretor de um jornal é muito olhado. Eu tive um problema no trânsito outro dia, aconteceu um choque do meu carro com uma moto. Eu fui o culpado e eu fiz a matéria no jornal me criticando. Quer dizer, o diretor do jornal dá mau exemplo no trânsito. Quer dizer, eu acho que eu tinha o dever de fazer aquilo. Eu fiz um ato errado, eu fui fazer uma manobra onde não poderia. Eu tava num engarrafamento muito grande, eu fui fazer e veio um motoqueiro e bateu em mim. Fui culpado, paguei os danos, imediatamente. Eu não tinha nada que contestar, né? Então, se você critica, você cobra, você vira vitrine, eu tenho que tomar cuidado com a minha postura. Se eu

posso andar de cabeça erguida, se eu dou calote em alguém, ora, eu critico isso. Eu não posso dar calote em ninguém. Não que eu deixe de dar calote por causa disso, porque não é inerente ao meu caráter, né, você entende? É um princípio, mas eu sou cobrado, então eu cresço também como pessoa. Se eu crítico, se eu tô cobrando as coisas, a postura, a ASAV fazendo greve tomo mês lá na UFV e o dirigente com cara amarrada pra mim, eu não posso me incomodar com isso, porque a minha crítica não é o dirigente da ASAV, não é quem está na reitoria, é contra o reitor, que decidiu tomar uma decisão que eu acho errada. Algumas pessoas esperam de um jornalista, de um dono de jornal, uma posição, por isso um jornal tem que ter editorial. Porque na linha editorial você define. E eu separo muito as coisas aqui. Quando o editorial não é assinado, quando é opinião particular tem assinatura. Inclusive quando eu coloco minha assinatura, quer dizer que é Lúcio Sant'Ana, tá? Então assim, eu nunca me preocupei muito com isso. Eu sabia das dificuldades, dos revezes, dos desgastes, né? E eu, se você falar, ah, você desafetos em Viçosa? Devo ter muitos, mas não em embate comigo, em discussão comigo, porque eu sou um cara muito tranqüilo. Eu não sou de gritar com ninguém, brigar com ninguém. Eu me porto no futebol a mesma coisa que eu me porto aqui. Sou tranqüilo. Agora, as vezes sai uma notícia no jornal, o cara não gosta fica com raiva de mim.

Paula: Leva pro lado pessoal, né?

Lúcio: Sim, mas eu não tenho nem interesse de saber o que ele pensa a meu respeito.

Paula: No final das contas, você está é querendo buscar o bem estar da comunidade, dos viçosenses.

Lúcio: Sim, vale a pena pagar esse preço.

Paula: O jornalista, no interior é visto como um líder comunitário, que não só informa mas que também faz cobranças e procura formas para que soluções sejam alcançadas. Isso se aplica aqui no Tribuna em relação a Viçosa?

Lúcio: Sim, é visto como um líder de alguma influência. Você tem que ter consciência plena de que você tem uma boca que fala milhares de vozes e a força da imprensa é inegável. Quem disse que a imprensa tem poder não falou mentira. Ela tem poder por quê? Se nós dois

conversamos aqui, eu falo pra você alguma posição minha e você discorda, você tem tendência a colocar sua posição e falar que não concorda comigo. Mas se você ler o meu jornal, lê um artigo meu, você tem tendência a aceitar aquilo como verdadeiro, você não discute com o jornal, você não debate com o jornal. Então, a palavra escrita morde, ela é forte, ela é forte, ao mesmo tempo ela te dá uma responsabilidade muito grande, né? Você tem que tomar cuidado, você tem que atribuir peso aquilo que você escreve. E isso infelizmente te dá um papel de liderança na sociedade, e claro que você tem que saber separar isso, até onde você deve ir, né? Eu, no meu caso, nunca me candidatei a nada, não sou filiado a partido político nenhum, nunca fui e nem tenho interesse em ser.

Paula: E o jornal tem um posicionamento político definido?

Lúcio: Não, o jornal também não. Eu tento fazer um jornal quase independente. Eu acho que eu não acredito que um independente completamente existe. Eu tento fazer um jornal quase independente. Mas acredito que é um líder sim. Um dono de um jornal é um líder comunitário.

Paula: Você acha que no interior a busca por informações, o levantamento de pautas, é facilitado pela proximidade social e geográfica entre a possível fonte e o jornalista? Aqui no Tribuna vocês são procurados por fontes que os abastecem de fatos que eles consideram de relevância para a comunidade?

Lúcio: Eu não saberia te confirmar com convicção se a diferença em fonte no interior e fonte na capital. Eu acho que as fontes existem independente do tamanho da cidade, etc. Porque o jornalismo, por exemplo na capital, o cara telefona, manda e-mail, mensagem. E aqui, é verdade, a gente pode ter mais esse contato mais direto com a fonte. No interior pode facilitar isso, né? Nesse aspecto eu acho que pode existir, mas realmente assim, a gente trabalha muito em função de fonte. A gente tem muitas matérias, ou talvez até a maioria, que elas surgem, nascem e são lançadas e são editadas em funções das fontes. A gente recebe aqui e-mails, faz tinha muito hoje é mais e-mail, né? Um telefonema. Ah, a minha rua tá com problema assim, o prefeito não liga. Aqui na UFV tá acontecendo uma passeata. Acontece muito isso, via telefone, via e-mail, pessoalmente, né? A cidade realmente nesse aspecto como ela é menor, ela te proporciona esse contato direto. Você sai daqui encontra várias pessoas que te relatam fatos que aconteceu na cidade, que as vezes você não sabe. E você transforma

aquilo em matéria, quando é de interesse, é claro que nem tudo. Se você for dar ouvido pra tudo que ouve, nossa, é difícil, aí é complicado. Vira jornalismo de bairro. Mas realmente esse aspecto de fonte é imprescindível, não há como fazer jornalismo sem fonte. As fontes nos procuram para dar informações mas o jornal procura também, a gente tem uma equipe aqui que a gente procura, telefona, fala pessoalmente, mas na maioria das vezes as fontes vem até a gente. E fala comigo, fala com todo mundo aqui do jornal, eles tem acesso a esses contatos.

Paula: Para o exercício do jornalismo no interior, muitas vezes há a necessidade do jornalista saber e exercer várias funções. Como é a distribuição de funções no Tribuna Livre?

Lúcio: Olha, se não me engano aqui no jornal são oito pessoas. É mais do que suficiente. No total aqui nós somos oito. É, eu te diria que a pessoa ser três, ou quatro ou cinco em um, não acontece só na área jornalística. Hoje o mundo inteiro é assim que procede, não há mais aquela filosofia de que a minha função é só essa, a pessoa terminou de fazer o que ela fazia e fica olhando pro tempo. Ela pode ser útil para alguma outra coisa. No Brasil isso já tá implantado também e isso também está muito forte na Europa, nos Estados Unidos, no Canadá. Eu conheço pessoas aqui que foram a Europa, tinham um número de empregados X, chegou aqui já cortou o número de empregados pela metade, porque viu lá as pessoas faziam tudo que tinham e era possível fazer. Aqui, em relação a custo, diagramação essas coisas. Um jornal vive de venda, você tem que ter credibilidade para vender, isso é uma conquista, você tem que provar no início quando lança. E tem que ter matéria paga, as matérias pagas, ou publicidade ou matérias institucionais, tudo isso faz parte. Tudo se resume em matéria paga e você tem que ter uma estimativa se não tiver gráfica para lançar um jornal no interior é muito difícil sobreviver. Eu sobrevivi não sei como. Como eu te falei, é muita teimosia. Nós tivemos muito jornais aqui que começaram com muitas pessoas ao mesmo tempo e fecharam as portas num estante. Em fevereiro de 1998 eu tive minha gráfica própria, comprei uma máquina, duas, três, né? E até hoje eu tô montando a minha gráfica. Tudo que eu preciso praticamente tem lá. Olha, as vezes precisa trocar alguma coisa, isso até hoje a gente continua fazendo. A partir do momento que a gente tem uma gráfica tudo facilita. O custo de colocar o jornal na rua cai. Por quê? Você passa a ter uma gráfica, a gráfica do jornal é a gráfica Tribuna. Você não pode manter uma gráfica só para lançar o jornal. Isso é impossível, seria burrice. A gráfica fica aberta prestando serviço, fazendo livros, fazendo cartaz, ingressos, folderes, etc. E rodando jornais, revistas, como roda o meu. A gráfica é uma outra empresa, com outro CNPJ que presta serviço ao Tribuna Livre que tem outro CNPJ. Mas eu

pago um custo infinitamente menor do que se eu fosse rodar em outra gráfica. Então, eu te diria o seguinte, tendo gráfica, começar um jornal no interior é muito mais fácil. Sem gráfica é quase impossível mantê-lo com uma periodicidade correta e certa, sabe? E tudo isso faz parte, venda e anúncio, tem que ter anúncio.

Diagramação, aqui no jornal é feita pelo Anderson, que tá lá fora. Eu dei folga hoje pra Débora, que é a secretária. O Roberto saiu agora, o outro tá na rua. O Anderson faz a diagramação, a gente faz direto no computador. Antigamente, como eu te disse, quando a gente começou, era a boneca. Eu riscava à caneta, desenhava. Foto um, escrevia cada foto, colocava na página tudo separado, página um, página dois. E eu não sei porque mas eu fazia à caneta, sem fazer cálculo. Eles faziam um cálculo de diagramação na máquina, é uma regra de três, e eu fazia no olho, essa foto aqui, essa matéria aqui e eu não sei porque deu certo, sempre. Muito difícil eu me enganar com espaço, eu tive essa sorte. E a diagramação é feita hoje tudo por computador. Nós fazemos eu participo, eu gosto também, sempre gostei, de as vezes colocar um título abaixo da foto, fazer uma matéria cercada, formatar um número de colunas, né? Eu gosto no jornal que você tenha um visual agradável, gosto dos títulos grandes, a primeira página corpo 12, tudo planejado, tudo zero vírgula cinco (0,5), a distância, tudo, sabe? Eu gosto de jornal organizado a apresentação é importante.

O formato tablóide quando eu escolhi é porque é o mais fácil para rodar, mais fácil para ler. Eu acho que é terrível você ler um jornal standart no avião, no carro, no ônibus, em qualquer lugar. Se tiver ventando então... O jornal tablóide parece uma revista é mais fácil de manusear e está tomando a Europa toda, os Estado Unidos, a tendência no mundo inteiro é o tablóide prevalecer. Tento priorizar a opinião, editorial, artigos assinados, matérias generalizadas, matéria política, matéria de saúde. O jornal procura assim, eu procuro fazer um jornalismo que seja fácil para ver. O título chama atenção, você deixa de ler a matéria ou ler pelo título, é muito importante.

Paula: O jornal não tem divisão de editorias, né?

Lúcio: Não. O que eu tenho aqui é o seguinte: o editorial na página dois, sou eu quem escrevo que não é assinado porque é uma posição do jornal. Quando eu quero colocar uma opinião minha, eu assino. Aqui são artigos assinados. Ele tem um suplemento que é mais direcionado a um público infantil, o “Tribuninha”, mas é muito lido por adultos, que gostam de fazer os joguinhos, fazer palavras cruzadas. Tem um espaço para matérias culturais, sociais, fatos.

Paula: A coluna social é paga?

Lúcio: Algumas coisas. No jornalismo a gente deve definir o seguinte: o que é de interesse coletivo não é pago, interesse particular ou de órgãos é pago, não é? A gente procura definir mais ou menos isso. Mas na social você acaba cobrando o mínimo.

Esporte a gente tem espaço, tem espaço pra política, polícia tem sido muito explorado. Quando eu lancei o jornal, é uma coisa que vocês que estão formando devem ter o conhecimento. Quando eu lancei o jornal, você pode pegar porque eu tenho arquivo de todos os exemplares, um ano de jornal sem fazer notícia de polícia. Eu queria dar espaço para cultura, ledô engano, tá? Uma utopia. O povo gosta de ler polícia. Se você quiser fazer um jornal pra você não coloca polícia, se você quiser fazer um jornal para que os outros leiam, coloque matérias policiais. É muito bonito falar... É o que o povo gosta, infelizmente a cultura do brasileiro que você tem que explorar. Os arquivos não me deixam mentir, eu posso te mostrar um ano sem matéria policial.

Paula: Então você tem um registro com todas as edição do Tribuna Livre. E a população tem acesso a esse arquivo?

Lúcio: Sim, todos os jornais são arquivados. Aqui nós estabelecemos segunda e sexta para que as pessoas façam pesquisa, vem alunos da universidade, pessoas da cidade, pedir para olhar. A gente deixa olhar a vontade, mas não deixa sair daqui, são encadernados. Se quiser xerocar tem que deixar o documento ou vai junto com alguém do jornal, porque infelizmente podemos perder. Todos os exemplares, pelo menos um fica arquivado, desde o primeiro número até hoje. São 940 edições. Era pra ter mais se fosse semanal, mas ele ficou um bom tempo quinzenal, como eu te falei. Depois eu passei a semanal em 1994.

Paula: Em 1994 quando você mudou a periodicidade do jornal de quinzenal para semanal você ainda não tinha a gráfica, que foi aberta em 1998. Os custos do jornal aumentaram, então como ficou essa questão dos custos em relação ao lucro? Não foi uma decisão arriscada para a empresa jornalística?

Lúcio: Olha, eu sempre fui muito otimista, sabe? Eu sempre fui assim, eu sou medroso para certas coisas, por exemplo não entro num navio em alto-mar, não me sinto bem,

não me sinto seguro quando eu vejo só água. Em se tratando de certas coisas eu só mais atirado, sou mais otimista. Eu acreditava que iria dar certo, já estava na hora. Durante quase nove anos, oito anos e um tempo, o jornal foi quinzenal, né? Depois eu cheguei a conclusão que ele precisava ser semanal, que ele já tinha condições, já tinha conquistado um número de leitores, credibilidade. E que os custos seriam absorvidos, sabe? Eu acreditava nisso e deu certo.

Paula: No Tribuna Livre os anúncios representam quantos por cento da renda do jornal em relação a venda avulsa?

Lúcio: Eu te diria o seguinte, é mais ou menos meio a meia. Na grande maioria dos jornais, principalmente os interioranos, os anúncios tem um preço maior. Aqui no Tribuna eu te diria que é mais ou menos meia a meia. Se houver uma diferença a mais para os anúncios, talvez tenha, vamos supor que fosse 55% para anúncios, matérias pagas e 45% dos custos são custeados por venda de jornais. Nosso jornal é bem lido, né? Tem o seu público fiel, não deixa de ler o jornal, tá? Antes, quando ele surgiu era um público mais selecionado, mais culto. Hoje, é mais mesclado, todas as camadas lêem o jornal. Você tem que levar em consideração que o brasileiro não tem muito o hábito de ler. Considerando isso, eu acho que o Tribuna Livre é muito lido.

Paula: No interior acontece muito das empresas jornalísticas fecharem as portas em pouco tempo por falta de uma estrutura administrativa. Como é feita a administração do Tribuna Livre?

Lúcio: Olha, eu não sei se tá correta a informação que eu vou te dar, mas a grande maioria das empresas no Brasil, principalmente microempresas fecham com menos de dois anos de funcionamento. Não me lembro o índice não. Já li sobre isso, já pesquisei sobre isso, não me lembro o momento o percentual, tá? O jornal não foge dessas características e o jornal tem um grande problema. Parece pras pessoas que é algo abstrato, vou te dar um exemplo. Por exemplo, ninguém vai em uma padaria e pede um pão gratuito. Um pão de sal, francês deve custar 25, 30 centavos, hoje é mais à quilo, né? Em torno disso aí. O jornal custa 2 reais, certo? Nós já tivemos médicos que saiam na rua, subiam aqui pra pedir um exemplar gratuito. Eu não sei como ele tinha coragem, não vou citar nome porque não interessa. Eu não sei como ele tinha coragem, não pagava o esforço de subir, de vir aqui, de sair lá do consultório dele e

subir as escadas para pedir um jornal gratuito. Na minha concepção, principalmente um funcionário bem sucedido inclusive financeiramente. Um jornal tem um custo muito elevado para ser colocado nas ruas, passa por várias etapas que você conhece, né? Então pra lançar um jornal é abrir uma microempresa. É mais ou menos a mesma coisa, com o agravante do que eu tô te falando. As pessoas acham que ele não tem custo, se julgam no direito de pedir um exemplar. Elas se julgam no direito de pedir jornal de graça, de pedir que você mande. Eu recebi um e-mail hoje, coincidentemente, pedindo se eu posso mandar um jornal toda semana pra um órgão da universidade. Eu recebo pedido aqui de escola, biblioteca. Se eu for abrir exceção e mandar jornal eu vou mandar jornal pra quem? Pros outros, concorda? Eu faço jornal para vender os exemplares, é o meu produto. Ele é muito oneroso pra mim financeiramente e outros tipos de problema que trazem que você sabe disso. Sem falar em ações na justiça, danos morais que virou moda no Brasil, eu respondo. Esse tipo de problema. Então, o que que eu diria pra alguém que pensasse em abrir um jornal? Fizesse antes de tudo um planejamento. Onde buscar recurso? Quanto vai custar? Que objetivo a pessoa tem? Quem você quer atingir? Que tipo de leitor você quer atingir? E existem várias formas de se fazer um trabalho desse, mas qualquer projeto deve ser cuidadosamente analisado. Porque ele tem um custo e acho que para lançar e fechar não é legal. Aqui em Viçosa, pra você ver aqui é uma cidade universitária, já tivemos... eu conheço pelo menos uns oito jornais que fecharam as portas. Pessoas com muito melhor condição financeira do que eu tinha na época em que eu lancei. Nós tivemos aqui seis pessoas, seis microempresários que abriram um jornal aqui, chamado “Jornal de Viçosa”. Ele durou aí uns seis meses, portas fechadas. Surgiu um jornal “A Gazeta Regional”, todos dois surgiram até com boas propostas, bons jornais. E essa “Gazeta Regional” era apoiado por um político que estava no governo do estado, era um jornal da família dele. Fecharam as portas. Agora, uma coisa muito importante que as vezes umas pessoas esquecem. Se alguém lança um jornal com a proposta de fazer propaganda pessoal, fazer propaganda de um candidato político qualquer, a prefeito, a deputado, propaganda da família dela, ele não vai durar. Entendeu? Os leitores não são bobos, tem que perceber em que há o interesse em se fazer um jornal independente, né? Não pra fazer propaganda. Eu sempre digo o seguinte, quando alguém me procura. Eu não sou muito ligado a aparecer, eu acho que jornalista ele faz notícia, ele não deve ser notícia. Se ele for, com a contingência de algum fato que não dependeu dele. Mas ele não deve procurar ser alvo, fazer propaganda própria, botar retrato dele no jornal, da família dele. Aí o problema dele é outro, é a vaidade ao extremo que ele tem pensar outros caminhos. Fazer outro tipo de comunicação. Em muitos jornais que fecharam as portas aqui que fecharam porque tiveram essas propostas.

De fazer propaganda de deputado, A ou B, isso acaba, isso não leva a nada. Não dá certo. Então, é o custo alto, não custa barato colocar os jornais nas ruas, você tem que manter por exemplo, a gente começa muito artesanalmente, quando eu comecei eu fazia quase tudo sozinho. Escrevia quase tudo sozinho, quase tudo. Fotografava, eu tinha uma secretária e um funcionário, que é o Anderson. Hoje nós somos oito ou nove aqui na redação, de vez em quando um estagiário, uma estagiária e não precisa mais do que isso. O jornal está circulando há 23 anos e meio, mas aqui a gente tem compromisso. O meu irmão foi prefeito de Viçosa sete anos e meio. As vezes ele falava assim, “Lúcio seu jornal tá me atrapalhando, tá me criticando”. E eu dizia, é o contrário, você quem tá atrapalhando, você vai passar e o jornal vai ficar. E ele passou, o período dele já acabou e o jornal está aí, entende? Então, embora seja muito difícil, quem tiver proposta de trabalhar no jornal, fazer jornal deve fazer o possível para ser independente. Se liga a um grupo ou qualquer coisa, vai acabar, não vai dar certo. E o dono do jornal é muito usado, as pessoas tentam te usar. Então, a pessoa tem que ter discernimento, o que que eu quero? Se tem a proposta de ser político não precisa nascer jornal, vai por outros caminhos. É oneroso, você manter funcionários, telefones, estrutura, computadores, é complicado. E além dos problemas com a justiça, que hoje estão muito comuns. Sai uma matéria contra uma pessoa e ela vai procurar um advogado. Tem advogado tropeçando um no outro aí, são muitos e muitos não tem trabalho. São mais de 200 em Viçosa, então você imagine. E ele procurou um advogado. “Ah, isso aqui dá dinheiro”, ali ele vai lá e pede uma soma. Portanto, eu particularmente sou contra isso. Não acredito que dinheiro cura a ofensa de ninguém, mas virou moda no Brasil, copiando dos Estados Unidos e de outros países, infelizmente. Isso também tem que entrar na despesa de um jornal hoje.

5.) Entrevista com Pélmio Carvalho

Paula: Você quem criou a Folha da Mata? De onde veio a idéia, por que criar um jornal?

Pélmio: Foi. Bom, a Folha da Mata surgiu de um movimento político. Surgiu essencialmente como sendo um jornal de oposição política a administração do partido republicano de Viçosa, em 1963. Um grupo de 20 companheiros de partido se reuniu e cada um deles emprestou para mim e para o Padre Mendes vinte contos de réis, vinte mil cruzeiros, era o dinheiro da época. Eu e padre Mendes estávamos à frente, nós fomos os criadores do jornal, então eles nos emprestaram o dinheiro com o prazo de dois anos, sem juros, sem correção monetária, que nem existia praticamente naquela época.

Com esse dinheiro, 400 mil nós compramos o primeiro material, a primeira impressora, e material tipográfico, cavalete de tipo e com isso nós lançamos o jornal com o nome “Jornal Folha de Viçosa”.

Paula: E vocês dois produziam todo o jornal?

Pélmio: A parte de produção tipográfica do jornal era feita por mim, que sou tipógrafo e mais dois ajudantes. Agora, a parte de redação era feita pelo Padre Mendes e eu. Também tinha o colaborador, naquela época usava-se bastante o colaborador.

Paula: Como foi feito o primeiro projeto editorial? Como foi pensada a divisão de conteúdo?

Pélmio: Naquela época, em 1963 esse negócio de fazer jornal de interior não tinha essas coisas não de projeto. Isso são coisas criadas muito tempo depois. O propósito nosso era na verdade fazer um jornal que representava os partidos de oposição de Viçosa, contra o partido dominante que era o P.R, do Arthur Bernardes. Então, era pra fazer porque nós não tínhamos vez pra nada, e aí nós passamos a ter vez. Existia um jornal chamado A cidade e nós criamos um jornal chamado Folha de Viçosa. Agora, eram dois jornais políticos, em matéria de se olhar eles não tinham projeto gráfico, nem nada. O próprio Padre Mendes escrevia uma parte do jornal que era mais religioso que tudo. Era o evangelho do dia, a Bíblia segundo Thomas Campbell, poesias, contos de Raul de Leoni, essas coisas assim. Não havia projeto, então

coisas importantíssimas aconteciam na cidade e o jornal nem anunciava. O jornal era um jornal politiquero mesmo, e tinha o propósito de enfrentar o jornal da oposição e que na verdade enfrentou. Mas depois nós ganhamos a eleição, ganhamos a política e a coisa mudou porque o Padre Mendes saiu fora do jornal e eu fiquei sozinho. Aí sim, eu mudei totalmente o jornal. Fiz um jornal completamente novo, agora com notícias e perigoso porque era a época do AI-5, Revolução. Era uma época difícil de lidar com política, de lidar com censura e aquele pessoal todo. Mas, a gente aos trancos e barrancos foi contornando, se bem que eles não preocupavam muito com a política local, né?! Na política local nós fazíamos e acontecíamos, de vez enquanto eles denunciavam a gente e os policiais vinham aqui. Eu inclusive uma vez fui indiciado, e na hora que eles abriram o processo pra ver a acusação que tinha contra mim, existia que eu era muito perigoso porque eu tinha na minha biblioteca o livro O Capital de Karl Marx. Aí, o delegado falou: “Ah, pro diabo, esse livro eu também tenho”.

Paula: O formato da Folha da Mata hoje não tem o nome das editorias. Por que não tem?

Pélmio: Não, a gente tem essas coisas. A gente não fica é com o negócio de por página, nome disso, de por editor de por isso aquilo porque pra mim não existe. O jornal durante muito tempo na verdade era assim, por exemplo, o que é esse jornal O popular? Esse jornal O Popular é o dono do jornal, o Petrônio, e uma pasta que ele anda com ela, tudo que tem no jornal tá naquela pasta e ele escreve. Era muito mais difícil fazer jornal naquela época, era arte mesmo. Hoje não, fazer jornal tá fácilimo, em qualquer lugar que você chega tem impressoras que fazem o serviço de grande qualidade. Em qualquer lugar tem. Olha, houve uma época que a Editora Folha de Viçosa era a única, talvez fosse a maior impressora de jornais de do interior de Minas Gerais. Nós chegávamos a fazer quarenta jornais diferentes por semana. E alguns desses jornais vinham de fora, nós fazíamos vários do Espírito Santo, porque lá não havia equipamento. Nós tínhamos esse equipamento aqui. Então, mas houve uma época em que eles perguntavam, o que eu fazia no jornal. Ai eu falava, bom, eu vou lá na rua, panho notícia, tiro fotografia, venho e escrevo, entro pra tipografia, faço a composição, ponho na máquina, imprimo, eu mesmo dobro, depois saio lá pra rua distribuindo. Quer dizer, quais funções eu exercia? Todas. Depois você vai arrumando uma pessoa pra fazer aquilo, outra pra fazer aquilo outro. Mas, na verdade criar editoria? Não, isso aqui não existe. Isso surgiu mais em grandes jornais, né.

Paula: Mas você acha que identificar o nome da editoria em cima da página não facilitaria pro leitor achar as notícias pelo assunto?

Pélmio: Não, eu acho que isso aqui pra nós não somaria. Na verdade, a gente não tem como pagar pessoal pra isso. Tem dias que o jornal aqui é feito por duas, três pessoas. Agora uma coisa que não se aprende na faculdade, que não se ensina de jeito é a credibilidade, ela que é o problema. Nós lutamos, eu lutei, lutei, lutei, lutei, até panhar credibilidade até o pessoal acreditar que o Folha da Mata é sério não é um jornal de se vender, não é um jornal de partido. Houve uma época que o pessoal da oposição pra aceitar que a Folha da Mata não era mais um jornal contra o P.R., foram anos e anos. Graças a Deus, hoje ninguém pensa assim mais do jornal. Tiveram também muitos casos em que as pessoas só acreditam que algum fato aconteceu quando a Folha da Mata publica.

Paula: O que deve ser feito para conseguir e manter a credibilidade?

Pélmio: Ah, é difícil falar com você a receita disso. Você não pode escorregar. Você tem que ser muito firme nos seus propósitos e não deixar. Agora, pra fazer isso muitas vezes você privilegia o adversário em detrimento do seu companheiro. Porque é o seguinte, os seus companheiros que continuam mexendo com política,, não adianta eles vão continuar sendo. Quer dizer, se você fosse dividir, pode dar quatro pro seus companheiros e seis para o adversário que não tem importância não. Seus companheiros não vão brigar com você, agora os outros você tem que ficar.... Mas você também não pode ficar puxando saco deles não, vai devagar. Quantas e quantas vezes eu convenci eles a publicar. Porque eu falo se publicar assim e assim as pessoas vão saber do fato, agora se não publicar vai ficar pior pra vocês porque eles vão achar que é muito mais grave. Então todo mundo fala que é preferível publicar. E eu vou publicar os fatos 100% como aconteceu, não tenho preocupação nenhuma com isso, com A ou B. Filho de professor foi preso, traficante de maconha, publica ou não publica? Publica! O povo já até fala no jornal do Pélmio é o seguinte se eu for lá e pedir pra publicar uma matéria ele te atende na hora, agora se a mãe dele for lá e pedir pra tirar tal matéria, ele não tira não. E assim, vai construindo, o jornal hoje tem bastante credibilidade.

Paula: Voltando ao que você falou das múltiplas funções que você exercia no jornal, essa é uma característica do jornalismo realizado no interior, nos grandes centros elas são mais distribuídas. Como você vê isso hoje na Folha da Mata?

Pélmio: Aí vai tudo da dimensão do jornal, como você falou. Muitos jornais das capitais, o que na verdade eles fazem? 60, 70% das notícias deles tudo vem de agência, tanto foto como texto. Mas nas coberturas locais há um acompanhamento muito grande porque o camarada vai sair ele tem que levar fotógrafo, tem que levar chofer, porque não pode sair sozinho. Por exemplo, aqui no Folha da Mata o José de Fátima está aqui há anos e anos. Ele era e continua sendo fotógrafo e chofer, nesses jornais maiores isso não pode de jeito nenhum. Agora, aqui, o camarada dirige, grava pra fazer o texto, faz a fotografia, e se precisar fazer mais alguma coisa, empurrar o carro que atolou no barro ele empurra também. E não tem jeito de ser de outra forma, aqui a coisa é diferente. Agora, tem um problema sério que é a escrita. Critério pra estagiar aqui é saber escrever, muitos que já apareceram não sabem, até jornalista formado.

Paula: As agências de notícias são um facilitador para os grandes centros, né? E aqui no interior você percebe a facilidade de arrumar pautas, pensando na proximidade geográfica e nos próprios leitores que vão até o jornal para sugerir matérias?

Pélmio: Pra você ter uma idéia, os suplementos dos jornais das capitais que vão circular no final de semana, já foram impressos no início da semana e já chegaram aqui em Viçosa, e quando chegar os cadernos principais, aí é que é encaixado. As matérias são feitas dessa forma, o grosso vem quase pronto. O que esses jornais têm de muita qualidade são as impressoras.

No interior, a sugestão de pauta é válida sim. Mas no interior é difícil a pessoa telefonar, informando de um evento qualquer. Na verdade o que eu considero aqui pro jornal é ao contrário do Tribuna, que se diz formador de opinião pública, pelo contrário, aqui é a opinião pública que nos forma. A gente houve do povo pra fazer a notícia. A cidade é pequena, quando o jornal chega publicado Viçosa todinha já sabe do acontecimento. Agora, nós temos obrigação é de procurar saber algumas coisas que a voz do povo não esta informando. Um fala uma coisa, outro fala outra, temos a obrigação de procurar saber do fato, aproximar ao máximo, se a verdade for simples chegar até ela, mas se for complexa nem isso a gente chega.

Paula: Você acredita que o jornalista do interior é visto e respeitado como um líder comunitário?

Pélmio: Eu acho que ele pode ser líder comunitário em função da personalidade dele. O fato dele ser jornalista não ajuda ele em nada e nem atrapalha. Nem todo camarada que trabalha em um jornal vira um líder. Às vezes, ele é assim, líder em funções de outros meios né, do jeito dele se manifestar, de se colocar a frente de movimentos.

Paula: A Folha da Mata tem uma gráfica própria? Você acredita que a impressão do jornal é mais barata quando ele possui uma gráfica?

Pélmio: Não, ela não é do jornal. O jornal tem 46 anos, desde o primeiro número o jornal foi feito em gráfica própria, depois a gráfica foi crescendo e transformando em todas as formas evolutivas, até chegar a impressão offset, eletrônica, como é hoje. Mas só que a Editora Folha de Viçosa ela é da minha ex-esposa que nos últimos anos esteve à frente. Quando nos separamos há uns quatro anos atrás, a Editora ficou pra ela. O jornal é feito lá, e o jornal pertence a uma outra firma, e nós pagamos como qualquer um para imprimir o jornal lá, é lógico que existe uma certa facilidade porque o Pelminho, que dirige o jornal hoje, é filho dela também.

Eu não acredito que a impressão fique mais barata quando o jornal tem uma gráfica própria. Até uns anos atrás eu poderia te dizer que sim, era quase impossível fazer um jornal sem gráfica, na época do tipográfico. Depois com o offset, tudo foi melhorando e aumentou demais o número de estabelecimentos com impressoras e a facilidade com a impressão eletrônica. E multiplicou, por exemplo cidades igual Ponte Nova e Ubá não tinham, os jornais eram impresso todos aqui em Viçosa. Hoje em qualquer uma delas têm dois, três estabelecimentos. Agora, não vale a pena investir em material caríssimo para montar uma gráfica. É muito mais prático hoje fazer um contrato com uma outra empresa que faça a impressão, pode até mandar por e-mail, e, por exemplo, se eu mandasse pra Belo Horizonte em menos de quatro horas já estava pronta. Fica muito mais barato.

Paula: E a longo prazo, o jornal tendo o dinheiro para investir em uma gráfica e podendo disponibilizá-la para outros serviços, você acha que compensaria?

Pélmio: Não. Isso eu não faria mais de jeito nenhum. As impressas hoje são caras. Dessas impressas imensas eu já tive uma importei da Suécia, mas quando chegou no porto do Rio de Janeiro, um jornal de Ipatinga me ofereceu quase que o dobro do preço e eu vendi.

Paula: Vocês quem montaram o primeiro projeto gráfico do jornal?

Pélmio: Sim, ele era tipográfico. Era coisa de ficar dia e noite fazendo. Eu guardo todo o jornal em um arquivo. Se você ler o primeiro editorial o que a gente propunha é o que fazemos até hoje. O jornal tinha só quatro páginas.

Paula: E a diagramação do jornal hoje, a primeira página policromática, você acha importante para atrair a atenção do leitor?

Pélmio: Isso você vai fazendo de acordo, vai melhorando a impressão, a qualidade para atender o público.

Paula: A administração do jornal como é feita? Muitos jornais se descuidam dessa parte e acabam fechando, né?!

Pélmio: Isso acontece no Brasil inteiro, nas capitais e no interior os jornais morrem muito. O meu jornal desde que surgiu não parou não. Graças a Deus aqui tem dado certo, foi com o jornal que criei minha família, e modéstia parte criei bem, fiz meu patrimônio.

Paula: No Folha da Mata hoje, quantos por cento do espaço do jornal é preenchido por publicidade?

Pélmio: A revista Veja, por exemplo, tem mais de 50% das suas páginas tomadas por publicidade, e uma página custa em torno de 300 mil reais. E esse ano ninguém consegue mais uma página lá, já ta tudo comprado. E essas publicidades são caríssimas. Uma inserção de 30 segundos na TV Globo, no fantástico, custa em torno de 500 mil reais. O nosso jornal hoje vende 4 mil, 4 mil e pouquinho por semana, se eu quiser fazer ele vender 10 mil na semana que vem, eu faço. É só na hora de ir fotografar esses assassinatos, colocar corpos caídos no chão, ensangüentados, e por na manchete, mas acontece que eu não quero ser sensacionalista. Hoje na Folha da Mata o espaço dedicado à publicidade é mais ou menos de 50%. Sendo que a parte comercial às vezes cai, mas a editorial nunca cai. Outra coisa que eu gosto é do formato tablóide, hoje o meu jornal não é nem o tablóide tradicional, nem o standard, ele é o chamado tablóide alemão, é 40 x 28. E tem outra coisa, o jornal tem mais

conteúdo local, mas tem gente que só lê a Folha da Mata, então às vezes é bom inserir notícias nacionais, pras pessoas ficarem a par mesmo. E os cursos de jornalismo não dão muita bola pro jornalismo no interior. Eles nunca mexeram, nunca trabalharam no jornal semanal, como que eles querem chegar e impor uma coisa que não é a semanal? Então, a realidade do jornal semanal é diferente, por exemplo, as fotos, aquelas famosas de jogador de futebol, todos juntos e agachados. Aquilo é causa de riso pros cursos de jornalismo. Mas eles não entendem nada disso. Mas acontece que esse tipo de foto, até o analfabeto lê, porque é um jornal que uma comadre vai mostrar pra outra e vai falar: “Ah o Zezinho meu filho aqui”. Ela vê as notícias do bairro e já conhece: “Aqui o fulano de tal”. Aí põe isso aqui por quê? Porque tem muita gente que lê o jornal porque é o jornal dele, da comunidade dele mesmo. É o jornal do mundo dele. Ele lê as coisas e sabe de quem o jornal está falando. “O que que ta falando sobre fulano de tal?” “E a foto do fulano?” O jornal Folha da Mata e o verdadeiro jornal do interior faz essas coisas pra que? Pra ter o público que lê o jornal dele, ele passa ali e compra o jornal. Você pode olhar, é o único jornal que eles lêem.