

As concepções de desenvolvimento no ciberjornalismo do interior paulista¹

Marcelo de Oliveira Volpato²
Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local - COMUNI

Resumo: Este texto apresenta os principais resultados de uma pesquisa mais ampla acerca dos processos de produção jornalística para internet, no interior do Estado de São Paulo. O objetivo é analisar as transformações e tendências nos tipos e especificidades dos conteúdos produzidos para internet por três jornais, principalmente relacionando suas estratégias de trabalho com os tipos de desenvolvimento. Utiliza-se do estudo de casos múltiplos como tipo de pesquisa, enfocando as versões online do Correio Popular, Cruzeiro do Sul e Jornal da Cidade, além de pesquisa bibliográfica, entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdos. Considera-se que o ciberjornalismo no interior paulista subutiliza os recursos da internet e, apesar de possuírem proximidade física com suas localidades, aproximam-se mais das concepções de desenvolvimento da modernização e do difusionismo.

Palavras-chave: ciberjornalismo; jornalismo de proximidade; comunicação para o desenvolvimento; desenvolvimento; comunicação.

Introdução

Desde o surgimento da internet, dos computadores pessoais e, mais recentemente, dos dispositivos móveis e redes de conexão sem fio, as tecnologias passaram a integrar o cotidiano e a vida de grande parte das pessoas, principalmente em grandes centros urbanos e metrópoles.

Do ponto de vista da “indústria da informação”, seja no jornalismo ou na comunicação de forma geral, reconfigurações e mutações também têm acontecido. E tais transformações também têm sido observadas na esfera do jornalismo praticado para além das áreas metropolitanas, de forma local e regional. Diferentes são os jornais locais e de interior que trilham suas veredas pela internet.

¹ Trabalho apresentado no **GT1 – MEIOS E PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO PARA A CIDADANIA** da XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2020-2021, de 22 a 24 de junho de 2021, na modalidade online – realizada ABPCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã e UNESP – Universidade Estadual Paulista / FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Departamento de Comunicação.

² Doutor e Mestre pela Universidade Metodista de São Paulo, é jornalista pela Universidade de Marília. É membro do Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local - COMUNI. E-mail: volpatomarcelo@gmail.com.

Neste contexto, este capítulo procura apresentar alguns dos principais resultados de pesquisa doutoral (VOLPATO, 2019) que procurou apreender quais as atuais práticas e processos de produção noticiosa dos jornais locais do interior paulista para a internet, principalmente quanto aos tipos e formatos de conteúdos, vocação de trabalho e recursos tecnológicos empregados, a partir das perspectivas e concepções teóricas do desenvolvimento e da comunicação para o desenvolvimento³.

Para tal, parte-se dos casos do Correio Popular, de Campinas, Cruzeiro do Sul, de Sorocaba, e Jornal da Cidade, de Bauru. Vale-se, portanto, de estudo de casos múltiplos como tipo de pesquisa, além de pesquisa bibliográfica, entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdos. Dos três casos, ao todo, 569 conteúdos jornalísticos foram captados a partir de uma semana construída⁴, além de analisados e categorizados de acordo com uma ficha de análise⁵.

Ciberjornalismo local e de interior

No Brasil, a mídia local é caracterizada por operar na perspectiva comercial⁶, como corporações ou pequenas empresas, em uma lógica de rentabilidade econômica. Em vários aspectos tende a reproduzir a lógica da imprensa nacional, principalmente no que tange ao modelo de gestão, os níveis de participação e as estratégias de captação de recursos e relacionamento com as instâncias de poder. Ainda, inclina-se a veicular um conteúdo relacionado às especificidades locais, além de informações nacionais e internacionais.

Outras tendências principais da mídia local, apontadas por autores como López García (2000; 2002), Camponez (2002) e Peruzzo (2006) ligam-se à prática de veicular conteúdo baseado em informações internacionais, nacionais e locais; ter os comprometimentos político-econômicos mais evidentes; ter o lucro como objetivo

³ Parte-se, principalmente, das reflexões reunidas por nós em outro texto (PERUZZO; VOLPATO, 2019).

⁴ Para a "semana construída", considerou-se os seguintes dias: segunda-feira (15 de janeiro de 2018), terça-feira (23/01/2018), quarta-feira (31/01/2018), quinta-feira, (08/02/2018), sexta-feira (16/02/2018), sábado (24/02/2018) e domingo (04/03/2018). Destes, foram selecionados para análise a terça (23/01/2018), a quinta (08/02/2018) e o domingo (04/03/2018).

⁵ A tese doutoral procurou, ainda, classificar cada conteúdo segundo aspectos como vínculo geográfico, origem da produção do conteúdo, assunto, tipo de abordagem, gêneros e formatos, tipo de fonte ou personagem presente no texto, além de aspectos inerentes do formato digital, como hipertextualidade, multimídia e interatividade.

⁶ Tal proposta se diferencia, por exemplo, daquilo que é praticado por casos de comunicação comunitária, popular ou alternativa, quando o foco é a mobilização e o desenvolvimento social e humano. Há inúmeros casos que se alinham com esta vertente. Alguns deles podem ser encontrados em Manuel Chaparro (2014).

principal; pode se utilizar de algumas estratégias da mídia comunitária, como forma de promover a credibilidade, mas visando êxitos mercadológicos; ter a gestão e o planejamento sob o comando de uma cúpula organizacional.

Entretanto, ao seguir pelo raciocínio de "jornal de interior", uma ressalva se destaca. Inclusive, se tomarmos o interior como todo o território para além das regiões metropolitanas, mas que inclui o litoral e as áreas de fronteiras, percebemos que a

imprensa do interior não se refere a toda e qualquer engrenagem midiática sita à parte interna do país, uma vez que isso inclui até mesmo as metrópoles e megalópoles nas quais se pratica um tipo de mídia hegemônico e submetido a padrões totalizadores. A manifestação de nosso objeto se dá, sim, na parte de dentro, mas das unidades federativas [...], em cidades de médio e pequeno porte, em oposição às suas capitais e às cidades que integram as regiões metropolitanas. Logo, as localidades que não se caracterizam como grandes territórios urbanos – e aí também podemos inserir os litorais e as zonas de fronteira (entre estados, entre nações) – é que, por conclusão, formam o locus em relevo; e é nele, naturalmente, que emerge o tipo de imprensa sobre o qual direcionamos nosso olhar (ASSIS, 2013, p. 2).

Indica-se, portanto, tomar o jornalismo de interior não como aquele praticado em um espaço distante de um grande centro, por vezes artesanal ou produzido sem rigor jornalístico, que trata apenas assuntos de menor relevância e de circulação restrita, mas uma ideia que compreenda que seu padrão, rotinas e práticas obedecem ao contexto, espaço, dinâmica sociocultural e realidade em que este se insere. Mais do que um espaço de fluxo de informações, falamos de um fluxo de conteúdo simbólico e mediado.

Portanto, não existe um único padrão de jornalismo local ou daquele praticado no interior, nem que se trata de um fenômeno de pequenas proporções, uma vez que se tem uma atividade imbricada na produção simbólica do território em questão. Contudo, reconhece-se, inclusive, que os jornais do interior, por mais que nem sempre integrem uma rede ou conglomerado midiático, constituem-se como empresa (BUENO, 2013, p. 47), muitas vezes comprometidas com o poder público local (COSTA, 2005; PERUZZO, 2005, p. 78; AGUIAR, 2016, p. 35). Ao mesmo tempo, percebe-se que os jornais interioranos também são vistos como um espaço para construção de significados e mediações culturais locais.

Nos últimos tempos, as tecnologias digitais trouxeram novas configurações e possibilidades para as comunicações, inclusive para que as organizações de mídia trouxessem a informação para mais próximo do leitor. Novas perspectivas, portanto, surgem para o jornalismo local e de proximidade, inclusive, na emergência de conceitos

como ciberjornalismo de proximidade, jornalismo locativo, jornalismo espacial e o hiperlocal, principalmente ao se considerar e levar em conta o crescente uso de smartphones e suas redes de conexões ubíquas à Internet.

Conforme as ideias de Xosé López García (2008, p. 64), entendemos o cibermeio local como

aquele emissor de conteúdos sobre a entidade local que tem a vontade de mediar entre os fatos e o público, utiliza principalmente técnicas e critérios jornalísticos, usa linguagem multimídia, é interativo e hipertextual, atualiza-se e é publicado na Internet. Nesta abordagem, a "entidade local" é o que existe ou pode existir em um lugar - em um espaço e um tempo determinados - e para uma comunidade, definida em termos de identidade compartilhada e a partir da relação "segurança-liberdade".

Mais recentemente, foi o português Pedro Jerónimo (2015) quem percebeu que as potencialidades trazidas pela Internet ainda são subutilizadas, principalmente como recurso de suporte ao conteúdo, mas também nas atividades e práticas jornalísticas. Segundo ele (2015, p. 473),

O percurso do ciberjornalismo de proximidade em Portugal é marcado por práticas primitivas, que resultam dos recursos existentes nas redações, de uma cultura assente na prioridade de produção para o meio tradicional e do investimento feito por parte das empresas. A internet é cada vez mais usada na imprensa regional, porém, sobretudo em rotinas relacionadas com a pesquisa e a comunicação.

Apesar dessas e outras dificuldades e desafios pelos quais passa o setor, a informação de proximidade parece transcender os meios locais, tendo encontrado nas tecnologias em rede e na Internet, um espaço promissor e com possibilidades ampliadas. Como bem pontuou López García (2000), ainda no final do século passado, a informação do futuro é aquela que se escreve com L de local. Também um indicativo para essa hipótese do autor, além do interesse e da demanda por conteúdos relacionados a locais mais próximos, por parte de usuários de smartphones, seria a abordagem da informação local por meios "supra-locais"⁷.

Nesse sentido,

as tecnologias atuais não só tem multiplicado os espaços locais de comunicação, mas também incrementado a complexidade comunicativa no âmbito local. Portanto, por trás do interesse dos grandes grupos pelo local, com suas diferentes estratégias comerciais, todos os esforços para distinguir entre

⁷ Além dos casos de emissoras de TV regionais afiliadas a redes nacionais, para exemplificar tal tendência em cibermeios, poder-se-ia citar a expansão no tratamento de conteúdos regionais e locais, por parte do G1 (g1.globo.com), portal de notícias mantido pela Rede Globo.

comunicação local e comunicação de proximidade, que até agora utilizamos indistintamente, será útil para entender melhor a importância da informação local, seu funcionamento e seu papel na sociedade do terceiro milênio (LÓPEZ GARCÍA, 2008, p. 34).

Assim, como já disseram tantos outros, a comunicação de proximidade já não pode mais ser definida única e exclusivamente pela abrangência de sua difusão editorial, mas pela lógica e interesse assumidos como foco de trabalho, por seus conteúdos e a forma com que eles refletem os problemas e a realidade vivida tanto pelas pessoas que compartilham daquele mesmo território espaço-temporal, mas também por aquelas que, apesar de estarem fora desses territórios, ainda se sentem parte deles. Pelas redes, é possível consumir conteúdos relacionados a determinada localidade, estando em qualquer espaço do mundo. A comunicação local e de proximidade, portanto, não se define apenas por sua dimensão geográfica, econômica ou administrativa, mas, inclusive, pela sociocultural.

Além disso, há uma multiplicidade de formatos e características dos jornais *online* no interior. Como mostra Dornelles (2013, p. 78-79), há várias situações, como

jornais exclusivamente produzidos para internet; jornais que disponibilizam a versão impressa on-line, sem acréscimo de nenhum outro recurso gráfico; jornais com atualização em tempo real, via Twitter e G1; jornais com atualizações diárias por meio de outros sites; jornais contendo vídeos das notícias, postados no YouTube; jornais com diferentes formas de interatividade, isto é, com destacado espaço de participação do público, embora a maioria ainda não tenha desenvolvido a cultura de interagir com seus leitores.

Histórico da imprensa no interior paulista

A trajetória histórica e a marcha da imprensa para o interior paulista, apesar das escassas obras sobre o assunto⁸, denota como e o quanto o surgimento e o avanço dos jornais estiveram relacionados ao poder econômico e político das cidades e regiões.

Voltar o olhar para o avanço da atividade jornalística rumo ao interior paulista brasileiro torna evidente, inclusive, que o estabelecimento da imprensa no Estado foi lento e teve também suas dificuldades, principalmente pela censura existente na época. Tanto é que o surgimento do "O Paulista", em Sorocaba (SP), primeiro jornal paulista de

⁸ Entre elas estão, por exemplo, as contribuições de Wilson Bueno (1977), Gastão Thomaz de Almeida (1983) e Dirceu Fernandes Lopes, José Coelho Sobrinho e José Luiz Proença (1998). Ainda, nesta frente, a partir do início do Século XXI, registra-se as contribuições da Rede Alfredo de Carvalho, conhecida por Rede Alcar, criada em 2001 e transformada em Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, em 2008.

que se tem história, deu-se em 1842, ou seja, 34 anos depois do início da imprensa brasileira, datado de 1808.

Como explica Ortet (1996, p. 122),

O surgimento dos principais jornais no interior de São Paulo [...] esteve estreitamente vinculado ao desenvolvimento econômico, industrial, sócio-cultural, político e urbanístico de cada uma das cidades. Refletia paralelamente a necessidade das classes dominantes de manifestarem pontos de vista sobre cada aspecto da dinâmica do desenvolvimento local.

Como registrou Almeida (1983, p. 35-41), depois do "O Paulista", em 1842, em Sorocaba, registra-se a fundação, no Estado de São Paulo, de títulos como a "Revista Comercial", em 1849, em Santos, o "O 25 de Março", em 1857, em Itu, e o "Aurora Campineira", em 1858, em Campinas. Em Bauru, o primeiro título seria em 1906, com o "O Bauru". Em outro registro (Cintra Sobrinho, 2005, p. 185), encontra-se que o primeiro jornal a circular na cidade foi o "Progresso de Bahuru", em 1905. Sendo que, foi entre 1880 e 1889 o período que Freitas (citado em Almeida, 1983, p. 43) chamou de "aluvião de periódicos", quando do maior índice de lançamento de títulos.

Apenas a título de exemplificação, segundo levantamento de Almeida (1983, p. 43-48) o número de jornais fundados apenas no Estado, entre 1823 a 1945, chega a 1.081. Entretanto, por essas datas nem tudo pode ser compreendido. A efemeridade dos títulos de jornais, na época, nessa região, era muito grande — sem dúvida, limitações econômicas, técnicas e de compromisso e interesse político. Ainda, apenas em Campinas, 87 anos depois de seu primeiro título chegar às bancas, 76 jornais chegaram a circular por lá (ALMEIDA, 1983, p. 46-47).

Se naquela época, vários títulos tinham vida curta por questões financeiras (ORTET, 1996, p. 122), os jornais atuais enfrentam uma nova problemática de subsistência, com o avanço do digital e uma tendência a não valorização, por parte dos anunciantes, dos formatos online de publicidade. Vive-se uma disparidade entre audiência e sustentabilidade, e uma consequente nova crise.

O Ciberjornalismo no interior paulista hoje

a) Dificuldades no processo de avanço para o digital

A partir desta pesquisa, é possível perceber que existem alguns grandes impasses sendo vividos pelos jornais do interior paulista que nasceram como impressos e se viram obrigados a avançar para o digital. Vive-se, claramente, uma era de transição e, conseqüentemente, de ajustes e incertezas. Uma das conseqüências de todo esse processo é uma crise financeira vivida por estes jornais e, ainda, agravada por uma grande recessão ou desaceleração econômica vivida pelo país todo. Hoje, a situação de sustentabilidade financeira dos jornais é muito diferente da vivida em meados no Século XX, quando os jornais foram fundados.

Por muito tempo, foi o Jornal Cruzeiro do Sul, de Sorocaba, quem amparou financeiramente o Colégio Politécnico de Sorocaba, ambos mantidos pela Fundação Ubaldino do Amaral. Segundo Fineis⁹, o colégio, que oferecia cursos técnicos e profissionalizantes de forma gratuita, bancados pelo jornal, precisou rever suas estratégias financeiras e passou a cobrar mensalidades dos alunos. Outro exemplo dessa crise pode ser encontrado no Correio Popular que, segundo uma carta aberta à população de Campinas, redigida pelo trabalhadores do jornal, e que circulou por sites da Internet em junho de 2017 (2017, *online*¹⁰), alegava irregularidades nos pagamentos de funcionários desde o início de 2016.

Além disso, para os três jornais, apesar de cada um ter suas especificidades, a cultura do papel ainda é muito forte, tanto entre os profissionais da Redação, como entre aqueles de sua gestão administrativa. Do ponto de vista dos modos de produção, é claro o esforço para uma melhor integração das equipes do impresso e do *online* e no sentido de melhor se recorrer às potencialidades da linguagem e das características do digital.

O Jornal da Cidade, de Bauru, ainda em 2018, vivia o início de um processo de integração das equipes do impresso e do *online* e de capacitação multimídia destes profissionais. Segundo João Jabbour¹¹, além da cultura do digital, falta também estrutura tecnológica e capacitação técnica.

⁹ Em entrevista concedida ao autor.

¹⁰ A carta pode ser encontrada neste link:

<https://cartacampinas.com.br/2017/06/rac-campinas-jornalistas-do-correio-popular-estao-em-greve-por-falta-de-pagamento-de-salario/>

¹¹ Em entrevista concedida ao autor.

Uma consequência dessa transição e desse processo de acultramento e capacitação profissionais ficou bastante evidente nos dados captados, nesta pesquisa. Além de uma tendência ao "ciberjornalismo *copy & paste*", isto é, da mera reprodução dos conteúdos da versão impressa no site, os três jornais estudados subutilizam os recursos que o digital oferece. Praticamente 95% dos 569 conteúdos analisados não se valem de qualquer tipo de hipertextualidade dentro da narrativa jornalística. E esse ponto parece trazer uma das maiores incoerências porque é exatamente o uso dos *hiperlinks* que prometia ao jornalismo um novo momento, uma nova condição: oferecer ao próprio leitor uma maior liberdade para que ele mesmo faça o seu próprio caminho no acesso aos conteúdos, trilhando uma leitura não linear, segundo seus interesses, de forma personalizada.

Além disso, o recurso de vídeos, infográficos, recursos sonoros etc, que comporiam os elementos multimidiáticos também são quase inexistentes. Assim, 87,5% do total de 569 conteúdos analisados no período eram compostos apenas por textos ou por textos e uma imagem. Foram raríssimos os casos em que se recorria a mais de uma imagem, a infográficos, a vídeos ou, ainda, a outros recursos midiáticos como gráficos, mapas e sons. Trata-se de mais um aspecto que evidencia o quanto a cultura e os modos de produção somados à estrutura tecnológica disponível na Redação condicionam o produto jornalístico. Nestes jornais, portanto, o processo de digitalização da informação e sua disponibilização em múltiplas plataformas ainda dá seus primeiros passos.

Aliás, o racionamento cada vez maior de verba é a realidade destes jornais pesquisados. Como falamos, vive-se uma crise financeira, mas também uma dificuldade na monetização do conteúdo digital. Se por um lado a audiência migra para o digital, os anunciantes ainda subvalorizam a publicidade *online* em detrimento da publicidade no jornal impresso.

Carecem, portanto, de recursos e, principalmente, de estratégias efetivas capazes de melhor articular a cultura profissional e mesmo o conhecimento das melhores práticas de jornalismo para plataformas digitais. Apesar de já terem percebido que não basta uma simples transposição das técnicas e linguagens do impresso para o digital, a falta de novos conhecimentos e práticas parece ser um dos principais gargalos, hoje.

b) Formatos, estruturas e estratégias editoriais

No jornalismo do interior paulista existe, ainda, a atuação da força de uma outra cultura que não só a do papel, mas a cultura da "grande imprensa". Apesar de uma atuação fisicamente mais próxima das localidades e de uma cobertura que tende a dar melhor vazão aos desdobramentos das vizinhanças, os jornais locais tendem a se espelhar nos padrões da dita "grande imprensa". Se, por um lado, esse exercício simplifica as veredas, os desafios e as buscas por normas e boas práticas de uma atividade tão complexa quanto a do jornalismo em contexto local, por outro, conduz a um esvaziamento identitário e de diversidade cultural. Afinal, fazer jornalismo local é, em grande medida, uma atividade cultural.

Esta nossa crítica não é no sentido de que o jornalismo local possa se opor a uma prática criteriosa que prime pela apuração, pela correção, objetividade e veracidade das informações e que se pautem por práticas artesanais. Mas, porque, principalmente em um contexto de crise, ele precisa estar aberto ao novo. O jornalismo local parece ainda carecer de inovação quanto aos seus formatos, estratégias e práticas, principalmente quando falamos sobre ciberjornalismo local. E talvez a chave para esse próximo passo seja um modelo de produção autóctone, ou seja, intimamente ligado e comprometido às necessidades e interesses das pessoas que o consomem e o produzem. Como registrou Jean Tibi, em 1975, "o jornalista regional é um músico sentado frente a grandes órgãos para aí tocar valsas populares" (CAMPONEZ, 2002, p. 107).

Neste sentido, não é possível conceber que um jornal que possui uma cobertura e uma circulação fisicamente limitadas, mas reproduz práticas alóctones que nada dizem respeito a sua realidade local esteja produzindo um jornalismo de proximidade. Tal prática pode ser vista como um jornalismo de interior simplesmente pelo fato de sua sede estar fora dos convencionais limites territoriais metropolitanos.

É notório que, no caso dos três jornais estudados, essa proximidade acontece, mas com limitações e de forma dialética. Do total de conteúdos jornalísticos analisados, apenas 42,5% deles dizem respeito a assuntos locais ou regionais, enquanto que 57,5% tratam temáticas nacionais ou internacionais sem uma mínima contextualização para a realidade local. Não que um jornal local e de proximidade não deva tratar de temáticas globais, mas é bastante importante que estas pautas recebam um tratamento que permita que a audiência local melhor perceba o seu impacto em sua realidade. E isso não é

possível com reproduções de textos de agências de notícias nacionais ou internacionais. Além disso, é claro que também há que se considerar que o custo do direito de reprodução de um conteúdo de agência de notícias tende a ser muito menor do que um processo de produção noticiosa conduzido por um equipe editorial própria.

No jornal de interior há uma imersibilidade sócio-cultural, identitária e, inclusive, física, do repórter que cobre o cotidiano local. E o que decorre disso é que ele conhece melhor as necessidades e o que aflige as pessoas do entorno e vice-versa. Como lembra Beltrão (2013, p. 29), "todo mundo ali conhece o editor do jornal, pois ele vive 'entre nós' e a gente sabe mais sobre o que há por trás das notícias do 'nosso' jornal do que meia dúzia de investigadores abelhudos".

Mas esse compromisso e proximidade de que falávamos e as funções sociais do jornal local chegam a preocupar quando analisamos as proporções dos gêneros e formatos e os tipos de abordagem entre os conteúdos jornalísticos destes casos. Do total de conteúdos publicados pelos três jornais nos dias analisados, os dados mostram que:

- 83,8% deles são do gênero informativo;
- 72,7% deles são notícias ou notas;
- 48,3% deles têm abordagem meramente descritiva;
- 2,4% deles têm abordagem contestatória.

Portanto, o jornalismo praticado pelos três jornais do interior paulista tem primado muito mais por informar e descrever os fatos do seu cotidiano. Nesse sentido, os periódicos pouco contribuem para, por exemplo, explicar, elucidar, discutir, interpretar, formar opinião, incentivar reflexões, entreter, mobilizar, contestar, instruir, educar, esclarecer etc. Por isso também se percebe o quanto ainda está por fazer para se ampliar os laços de identidade e proximidade do jornal - e, por consequência do conteúdo a que ele dá vazão - com a população local.

Nestes contextos são prejudicadas as funções culturais e mobilizatórias do jornalismo local e de interior, capazes de promover o diálogo, o debate e a elucidação, um processo de atividade comunicativa que considera não apenas a produção e distribuição de informações, mas, sim, de "ação para coordenação de ações entre diferentes que mantêm suas diferenças, mas se ajustam e reorganizam pelo mesmo processo de aprender a escutar a si próprio e aos outros", como propõe Jorge González (2015, p. 319-320).

As fontes às quais os jornalistas recorrem ao produzir seus conteúdos também apontam tendências. Dos 569 conteúdos publicados pelos três jornais nos três dias analisados, 195 (34,2%) não tinham nenhuma fonte expressa, isto é, apenas 374 (65,7%) traziam uma fonte. Se considerarmos a totalidade de 569 conteúdos, apenas 4,74% recorriam a populares e pessoas comuns como fonte jornalística. Enquanto isso, apenas os conteúdos que recorriam a fontes oficiais, notáveis ou empresariais ocupam 47,4% do total.

Em uma análise precipitada poder-se-ia dizer que a população está representada apenas em menos de 5% dos conteúdos publicados pelos jornais. Seria um exagero. Sem dúvida, um conteúdo pode, mesmo sem trazer as pessoas comuns como fonte expressa, retratar uma demanda social local. Entretanto, esse dado evidencia um pouco das relações que os jornais do interior tentam estabelecer com as "autoridades" locais, regionais, estaduais e nacionais. Em outras palavras, tende a ser um "jornalismo oficialesco", que, de certa forma, dissemina informações de fontes oficiais, muitas vezes, como se fossem um produto editorial, que teria sido apurado e tratado por uma equipe profissional. Em alguns casos, a fonte oficial é a única expressa e, provavelmente, consultada para a apuração daquele texto, quer seja uma mera nota.

Não se pretende, aqui, em um raciocínio maniqueísta, nomear culpados e inocentes, mas evidenciar as consequências de uma postura editorial que se arrasta há tempos e não somente entre os jornais do interior. Primando por uma análise dialética, considera-se que as razões dessas limitações e desse uso abusivo dos discursos oficiais como fonte podem ser as mais diversas, como a falta de equipe, o acúmulo de funções, o descomprometimento e o conformismo profissional ou até mesmo a falta de verba. Mais do que isso, é a perpetuação de uma postura de meros transmissores e difusores de um discurso autoritário que sai de poucos e se vale dos instrumentos de comunicação mediada para impactar uma grande maioria. Trata-se de uma postura cultural atrelada às práticas de um modelo difusionista de comunicação, interessado em "disseminar inovações". Em última instância, como bem pontuou Paulo Freire (1967, p. 70-71), falta-nos vivência comunitária.

Nesse sentido, a vocação local e de proximidade dos jornais de interior tendem a se exaurir. Tratar algumas das questões locais, mas fazê-lo com olhos e postura de quem "vê de fora" e, por força de uma herança cultural e ausência de tradição na lida popular,

não os desfaz de uma postura de meros replicadores. Para se "tocar valsas populares", é preciso a partilha de uma vida social em comum.

c) Contribuições para o desenvolvimento. Que desenvolvimento?

De fato, existem inúmeros exemplos de iniciativas, projetos, agregações solidárias, práticas coletivas, cooperativas e organizações comunitárias que rompem com uma visão de desenvolvimento como sinônimo de progresso linear e econômico, de um modelo desenvolvimentista baseado no difusionismo e na concepção de modernização. Entretanto, é essa segunda vertente que, ainda, tem predominado, culturalmente, nas ações e práticas sociais de nossos dias. E isso, indubitavelmente, se reflete nas práticas comunicativas, sejam elas tecnicamente mediadas ou não.

É notório que a ideia de modernização e de uma cultura de comunicação difusionista tenham norteado as práticas jornalísticas, desde a dita grande mídia, mas, inclusive, naquelas que acontecem em âmbito local e que, por isso, carregariam uma oportunidade de romper com este escotoma e visão essencialmente atrelados ao poder do capital.

Os jornais locais, por conta dessa posição privilegiada de proximidade com seu entorno e de inserção efetiva no cotidiano social local, possuem também um maior potencial para promover uma outra ideia de desenvolvimento ou até mesmo resistir ao avanço da cultura desenvolvimentista e progressista. Mas, esta pesquisa também contribuiu para evidenciar que isso nem sempre tem acontecido, na prática, no contexto da imprensa do interior paulista. Parece que uma cega mais-valia eclipsou nossa capacidade de articulação, de vida comunitária, de vivência e engajamento na participação social, de interesse com aquilo que é comum e que diz respeito ao povo em geral. Até se vê traços de certa participação, mas ainda nos faltam condições para resistir à cultura da modernização e dar vazão a uma outra concepção de vida social, talvez àquela proposta pelas ideias do *buen vivir*. Carece-nos uma cultura de melhor articulação e mobilização como povo.

Ainda que estes jornais, de forma geral, prestem relevantes serviços para suas localidades, seja ao levantar bandeiras de conscientização, ao difundir conteúdos explicativos e com orientações de interesse público, ao abrir e criar canais de conexão com os leitores para sugestões de pautas e até mesmo ao denunciar ou tornar públicos os

problemas vividos pelas pessoas de seu entorno, os dados reunidos por esta pesquisa evidenciam que essa postura de prestação de serviços é comungada com outros interesses, como o mercadológico. E isso é notadamente refletido na intensidade de seus vínculos com seus locais de atuação e no tipo de desenvolvimento que acabam contribuindo, por consequência.

Como explicitado acima, praticamente 50% dos conteúdos publicados pelas versões *online* dos três jornais estudados são reproduções na íntegra de conteúdos de grandes agências de notícias. De forma bastante evidente, estes jornais optam por dar vazão ao fluxo noticioso produzido por grandes conglomerados, na melhor lógica difusionista de comunicação, disseminando óticas, visões e pontos de vista de quem se insere deliberadamente na lógica do grande mercado e que nada comungam com estas localidades. Não só não se opõem, mas acabam, inclusive, contribuindo e legitimando a lógica da modernização que defende um desenvolvimento e progresso baseado e metrificado meramente por indicadores e raciocínios econômicos. Além de tudo, por dar vazão a um fluxo comunicacional que vem de fora para dentro da localidade, esta prática acaba por não valorizar e até mesmo menosprezar culturas e tradições locais, os também chamados regionalismos.

Outro ponto que também poder-se-ia sinalizar diz respeito a essa capacidade intrínseca que os jornais locais e regionais carregam em si, de favorecer o debate, a denúncia e a mobilização para construção de saberes, reflexões e conhecimentos, mas que se vê prejudicada, nestes casos, uma vez que 48,3% dos conteúdos publicados por estes jornais possuem um tratamento meramente descritivo. Desconsidera-se ou desconhece-se as possibilidades de se favorecer a lógica de um desenvolvimento participativo, que coloca as pessoas em uma postura de mobilizar para refletir, reconhecer e agir, num sentido de se compor diferentes para construir conhecimentos e ações em conjunto. Para além de descrever fatos, os jornais locais possuem uma responsabilidade importante no sentido de esclarecer, formar opinião, gerar reflexão, fazer analisar para, então, mobilizar. E mobilizar, neste caso, não necessariamente significa sair às ruas, se manifestar, pegar em armas, mas sair de um estado de inércia e partir para a ação. Uma ação que parte de um processo de reflexão e da ampliação de consciência. Um mobilizar para a cidadania.

Por diferentes questões como falta de interesse, desconhecimento de possibilidades e limitações financeiras, técnicas e de pessoal, os três casos não deram conta - e talvez nem queiram - de se desvencilhar da lógica do capital. Talvez buscando uma relativa segurança de um caminho já trilhado, procuram se apoiar nas práticas da grande imprensa e se fecham à criatividade, à inovação e à realidade local.

Neste sentido e com base nestas análises pertinentes aos tipos de desenvolvimento ecoado e apregoado pelo trabalho desenvolvido pelos três jornais, a ideia de um jornalismo de proximidade, isto é, daquele de intensidade e vocação local, mais próximo, verdadeira e intimamente ligado às culturas locais, fica bastante distante.

Importante, ainda, registrar que não se almeja condenar e nem se desconsidera a possibilidade de se desenvolver um jornalismo local com fins mercadológicos, uma vez que existem discussões acerca de estratégias e novos formatos para se inovar nos mecanismos de sustentabilidade dos jornais que atuam no contexto digital. Portanto, considera-se, inclusive, a possibilidade de, mesmo ao se configurar como uma empresa com um fluxo de caixa a cumprir, desenvolver um trabalho que prime por uma intencionalidade no vínculo local.

Mas, conforme pudemos perceber, para romper com a lógica da modernização e desenvolver uma comunicação de vocação verdadeiramente local, não basta veicular alguns conteúdos sobre os assuntos da cidade. É preciso foco e planejamento claros, além de intencionalidade e estratégias mais aprofundadas de participação popular. É preciso descentralizar, portanto. Centralizar decisões, escopos e ter o lucro como prioridade parecem ser posturas paradoxais para quem pretende favorecer e incentivar mecanismos de participação.

Referências

ALMEIDA, Gastão Thomaz de. **Imprensa do interior**: um estudo preliminar. São Paulo: IMESP, 1983.

AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo**: geografias da mídia local e regional no Brasil. Petrópolis: Vozes, Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

ASSIS, Francisco. **Por uma geografia da produção jornalística**: a imprensa do interior. Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus (AM), 4-7 set. 2013.

BELTRÃO, Luiz. O jornalismo interiorano a serviço das comunidades. In: ASSIS,



Francisco de (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 23-43.

BUENO, Wilson. **Caracterização de um objeto-modelo conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1977. 486 f.

_____. **Jornal do interior: conceitos e preconceitos**. In: ASSIS, Francisco de (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 45-65.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CHAPARRO ESCUDERO, Manuel (Ed.). **Medios de proximidad: participación social y políticas públicas**. Málaga: Imedeia / ComAnadalucía-UNA / Luces de Gálibo, 2014.

COSTA, Letícia Maria Pinto da. O newsmaking na imprensa do interior: a rotina produtiva do jornal A voz do Vale do Paraíba. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 105-120, 1. sem. 2005.

DORNELLES, Beatriz. O futuro do jornalismo em cidades do interior. In: ASSIS, Francisco de (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 67-85.

GONZÁLEZ, Jorge A. **Entre cultura(s) y cibercultur@(s): incursiones y otros derroteros no lineales**. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2015.

JERÓNIMO, Pedro. **Ciberjornalismo de proximidade: redações, jornalistas e notícias online**. Covilhã, Portugal: Editora LabCom.IFP, 2015.

LOPES, Dirceu Fernandes; SOBRINHO, José Coelho; PROENÇA, José Luiz (Orgs.). **A evolução do jornalismo em São Paulo**. São Paulo: EDICON, ECA/USP, 1996.

LOPEZ GARCIA, Xosé. La comunicación del futuro se escribe com L de local. **Ámbitos**. N. 5. 2 sem. 2000. p. 107-117.

_____. Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade global. **Comunicação & Sociedade**. v. 4. n.2. 2002. p.199-206.

_____. **Ciberjornalismo en la proximidad**. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2008.

ORTET, Fernando. A realidade do jornalismo do interior é desconhecida. In: LOPES, Dirceu Fernandes; SOBRINHO, José Coelho; PROENÇA, José Luiz (Orgs.). **A evolução do jornalismo em São Paulo**. São Paulo: EDICON, ECA/USP, 1996.

PERUZZO, Cicília M. K. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1. sem. 2005.



_____. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil.** Anuário Internacional de comunicação Lusófona. v. 4, n. 1. 2006. p. 141-169.

PERUZZO, Círcia M. K; VOLPATO, Marcelo de O. Comunicação para o desenvolvimento: aspectos teóricos desde a modernização ao 'buen vivir'. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional.** Taubaté, v. 15, n. 4, jul. 2019.

VOLPATO, Marcelo de Oliveira. **Ciberjornalismo de Proximidade:** uma análise de três casos do interior paulista. 182 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2019.