

A (Curta) Primavera de um Jornalismo Público no Paraná: Os 10 Anos da Experiência de um Projeto Editorial na Região dos Campos Gerais¹

Edilene dos SANTOS Ogura²

Sérgio Luiz GADINI³

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

RESUMO

O *Jornal da Manhã*, de Ponta Grossa (PR), lançou, em setembro de 2007, um projeto norteado pelas bases editoriais de um jornalismo público, buscando regionalizar uma experiência já realizada em periódicos de alguns países. A ousadia editorial, ainda que breve, marcou a história recente do jornalismo na Região dos Campos Gerais do Paraná, onde o periódico circulou. Ao registrar uma década do lançamento do projeto, o presente texto faz uma retrospectiva histórica e destaca as contribuições da proposta, entre elas o lançamento da primeira coluna *ombudsman* no Estado. O recorte metodológico da análise considera as características da edição do fim de semana – uma por ano – totalizando 11 jornais, buscando indicar as principais características do projeto apresentado, na época, como inovação editorial no Estado.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo público; Jornal da Manhã; Mídia regional.

Considerações Iniciais

O texto que segue registra, a partir de um levantamento empírico, da contextualização e análise, a experiência de uma proposta editorial em jornalismo público, que surgiu em 2007 e, por algum tempo, buscou pautar iniciativas profissionais por diretrizes de agendamento e formatação editorial voltadas ao interesse coletivo.

O estudo indica que, gradualmente, as transformações foram, também, ‘desnortando’ ou desfigurando as principais marcas que indicam a existência de eixos que caracterizavam a proposta de jornalismo público. Ao longo de uma década, entre 2007 e 2017, as características do periódico analisado – o *Jornal da Manhã*, editado nos Campos Gerais do Paraná – revelam mudanças que dialogam com as transformações do

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da UEPG, e-mail: edi_leninha@yahoo.com.br.

³ Professor do Programa Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da UEPG, e-mail: slgadini@uepg.br.

jornalismo (no Brasil e no mundo, como a redução da tiragem impressa e a gradual migração aos suportes digitais) e escolhas dos gestores responsáveis pelo diário.

Para além de um estudo contextual, que apresenta uma experiência de mídia regional, a análise toma por referência metodológica a coleta de elementos na apresentação do produto (*JM* em versão impressa), em edições de uma amostra composta, em que se toma por base a primeira edição do relançamento e, daí em diante, a edição do primeiro domingo de cada mês ao longo dos 10 anos da análise.

Trata-se de uma escolha que possibilita observar e destacar os principais elementos editoriais presentes nas edições, buscando assim identificar características que revelam mudanças sucessivas em relação ao projeto do relançamento em 2 de setembro de 2007. A busca por elementos pontuais do fazer jornalístico – como as marcas editoriais, título, seções, tamanho, formato, slogan e demais referências – materializam uma análise do produto jornal, em sintonia com estratégias que consideram a compreensão de produtos e processos jornalísticos pelas marcas e características que tipificam os modos de formação editorial (Gadini, 2009).

Realidade e Contexto Regional

O *Jornal da Manhã* é editado em Ponta Grossa (cidade com aproximadamente 350 mil habitantes, distante 110 km da capital, Curitiba), na Região dos Campos Gerais do Paraná, com cerca de 1 milhão de habitantes. No final de agosto de 2007, quando o *JM* relança o projeto editorial, a cidade já contava com outros dois diários impressos (*Diário dos Campos* e *Diário da Manhã*). No entanto, a média de tiragem dos jornais impressos não ficava distante da média nacional da época (cerca de 1 exemplar para aproximadamente 25 habitantes). Em meados da primeira década do século (2001 a 2010) a tiragem média dos jornais publicados em Ponta Grossa oscilava entre 3 e 5 mil exemplares diários por título, além de uma modesta inserção digital com participação interativa.

Em 2007, o *JM* relançou-se no mercado midiático do Paraná, após a compra do título pelo grupo *Tribuna do Norte*, com sede em Apucarana (PR), que também atua em outros setores da economia regional. Houve mudanças em praticamente todo o quadro de funcionários – da equipe ligada à redação só ficaram uma jornalista e o motorista, sendo que a profissional continuou responsável pela edição do velho *JM* até o lançamento do novo para que o título de jornal mais antigo em circulação nos Campos

Gerais não fosse perdido – e em toda a estrutura do periódico, que agora passava a circular com mais páginas, novo leiaute, novas editorias e a proposta de defender o que considerava jornalismo público (FIG 1).

FIGURA 1 – Primeira edição do JM após a reformulação; 02/09/2007



FONTE: Reprodução / Acervo Casa da Memória

A reformulação editorial do JM completou 10 anos em 2017. Mas será que nesse período a suposta prática de jornalismo público se manteve/avançou/retrocedeu? O que aconteceu com o jornal durante essa década? Para responder a estas e outras questões e traçar um panorama do caminho percorrido pelo jornal, foi realizada uma pesquisa numa amostra específica formada por uma edição de fim de semana de um mês de cada ano, entre 2007 e 2017.

Para assegurar uma diversificação da amostra analisada, a pesquisa considera as edições do primeiro final de semana do mês subsequente, ano a ano. Assim, a

primeira edição da amostra é do dia do relançamento do *JM*, em 2 de setembro de 2007, um domingo; a segunda edição verificada foi a do primeiro final de semana de outubro do ano seguinte, ou seja, do dia 5 de outubro de 2008; a terceira trata-se da edição válida para os dias dia 1º e 2 de novembro de 2009, e assim por diante. (TAB 1).

TABELA 1 – Edições analisadas

| |
|----------------------------|
| 2 de setembro de 2007 |
| 5 de outubro de 2008 |
| 1 e 2 de novembro de 2009 |
| 5 e 6 de dezembro de 2010 |
| 9 e 10 de janeiro de 2011 |
| 5 e 6 de fevereiro de 2012 |
| 3 e 4 de março de 2013 |
| 6 e 7 de abril de 2014 |
| 3 e 4 de maio de 2015 |
| 4 e 5 de junho de 2016 |
| 1 a 3 de julho de 2017 |

Fonte: Autores, 2018

Vale ressaltar que no decorrer da década houve mudanças na publicação da edição considerada do fim de semana. Nos primeiros anos da chamada nova fase, o *JM* era publicado todos os dias da semana, com uma edição dominical apresentada como de final de semana. Depois, o *JM* passa a ser publicado seis vezes por semana, mantendo a edição dominical mais volumosa que as demais. E, em abril de 2018, quando a coleta analítica foi realizada, a publicação ocorre de terça-feira a sábado, com uma edição de sábado que é do fim de semana, apresentada como “válida” até segunda-feira.

O texto que segue resulta de uma pesquisa que inclui, além da contextualização, um levantamento de dados quantitativos (número de páginas, editoriais, jornalistas, fotógrafos) e também qualitativos (formato, slogan, manchete, temas das matérias e dos editoriais, presença ou não de *ombudsman* e considerações gerais comparativas entre as edições).

Ao observar cada um dos jornais, percebe-se que, com o passar dos anos, o jornal foi diminuindo - e isso não somente no que se refere ao formato, já que em 2016 passou do modelo *standard* (600 x 750 mm) para *berliner* (315 x 470 mm), mas também no número de páginas. Na edição que marca o relançamento, em setembro de 2007, o *JM* foi publicado com 90 páginas, incluindo um caderno imobiliário. Na edição analisada do ano seguinte, a quantidade de páginas registra 122. Em contrapartida, o

jornal de 1º de julho de 2017 - última edição averiguada neste estudo - circulou com apenas 36 páginas. Mas, dentro da amostra levantada, o jornal mais “fino” foi publicado no dia 4 de junho de 2016, um *berliner* com 32 páginas.

No primeiro editorial publicado na nova fase do *JM*, a direção do jornal apresenta o novo formato e afirma que “a linha editorial está pautada pelo Jornalismo Público”. (NÃO..., 2007, p. 3). Dois anos depois, o conceito é inserido no slogan do periódico, localizado na página 2: “Jornalismo público em defesa da cidade e dos cidadãos”. Em 2010, o slogan é reescrito da seguinte forma: “Jornalismo público em defesa dos Campos Gerais”, lema que é mantido até 2015. Em 2016, com a transformação do *JM* em *berliner* e adoção de novo leiaute, o slogan volta a ser “O diário de Ponta Grossa” – o mesmo utilizado nos primeiros dois anos após o relançamento do periódico e que entre 2014 e 2015 foi utilizado simultaneamente com o slogan “Jornalismo público em defesa dos Campos Gerais”.

Para Entender a Proposta de Um Jornalismo Público

O que se entende mesmo por ‘jornalismo público’? De acordo com um dos profissionais que discute o assunto, desde seu surgimento, a intenção vem permeada por críticas, talvez pelos ‘desvios’ ou dificuldades de se tornar editorialmente viável:

O jornalismo cívico, ou jornalismo público como era chamado originalmente, foi denunciado pelos críticos como um truque dos *publishers* para ganhar mais dinheiro. (Um dos efeitos indesejados da separação histórica entre a redação e o administrativo foi criar em alguns jornalistas a estranha noção de que ganhar dinheiro é ruim). O conceito foi introduzido nas empresas jornalísticas de cima para baixo. Num negócio que é muito conservador, a ponto de qualquer coisa com aparência de novidade fazer disparar os alarmes, inovações de cima para baixo podem criar problemas. Mesmo assim, tratava-se realmente de uma boa ideia. [...]. Jornalismo cívico era uma forma de usar a influência de um jornal para construir um sistema político mais forte, beneficiando tanto a comunidade quanto o jornal. (MEYER, 2007, p. 82).

A mesma análise é feita por autores brasileiros, que discutem o assunto há alguns anos, como Fernandes (2008) e Assis Lima (2014), indicando pistas, dificuldades e limites de uma tradição privada da produção jornalística para compreender e tentar implantar experiências similares em terras brasileiras.

Colussi (2013) lembra que o jornalismo público (também apresentado, por alguns autores, como ‘cívico’ ou ‘comunitário’) surgiu no início dos anos 1990 nos Estados Unidos na tentativa de reverter a queda de confiabilidade na imprensa daquele

país. A ideia era estimular a participação do público nas sugestões e desenvolvimento de temas tratados pelos jornais. Segundo a autora, a Espanha foi o segundo país a praticar o jornalismo cívico, seguido pela Inglaterra.

Já na América Latina, de acordo com Colussi (2013), a primeira e mais exitosa experiência de jornalismo público começou em 1996 graças à professora Ana Maria Miralles, da Universidade Pontifícia Bolivariana, de Medellín, na Colômbia. “Entre 1998 e 2003, Miralles coordenou vários projetos de jornalismo público envolvendo vários meios de comunicação [...] com atuações em países como Peru, Bolívia, México, Venezuela e Equador”. (COLUSSI, 2013, p. 185-186). No Brasil, é possível considerar que a proposta do *JM* tenha sido uma das pioneiras, pois até 2005 não havia experiência de prática de jornalismo público no país, conforme aponta Colussi ao citar Silva (2005).

Para entender a proposta lançada então pelo jornal ponta-grossense, vale relembra o texto documento explicativo do projeto da ‘nova fase’ do *Jornal da Manhã* sobre as diretrizes editoriais, apresentado em diversos espaços da cidade em agosto de 2007, e parcialmente disponível no site por alguns meses.

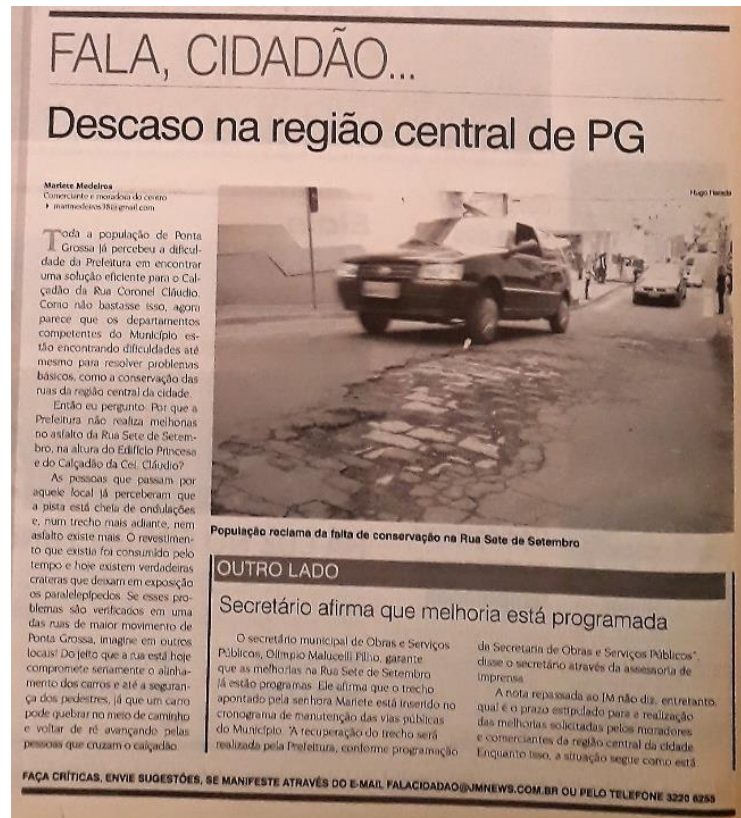
O *Jornal da Manhã* irá pautar a sua linha editorial pelo conceito do ‘Jornalismo Público’. Trata-se de um conceito surgido ainda na década de 50, nos Estados Unidos, mas que tem ganhado espaço em todo o mundo, justamente por seu compromisso com a cidadania. Mais do que pautar a discussão sobre temas de interesse do público, esse tipo de jornalismo procura propor soluções para os problemas das comunidades. Ou seja, os meios de comunicação vão além da tarefa de meramente informar ou retratar a realidade. Há uma preocupação em intervir na realidade. E essa intervenção ocorre de diversas maneiras. Uma delas é através do agendamento temático direcionado. Isto é, direcionando as pautas para temas de amplo interesse coletivo. Outro mecanismo é o engajamento. Há um envolvimento maior do jornal e do jornalista com as causas da comunidade. E é aí que surgem as bandeiras em defesa dos projetos da cidade, da região, do Estado e do País. (JM, 2007).

Para reafirmar seu suposto compromisso com o jornalismo público, o *JM* desenvolveu alguns projetos como as colunas ‘Fala, Cidadão’ e ‘*Ombdusman*’, o ‘Conselho da Comunidade’ e o ‘Vamos Ler’.

O ‘Fala, Cidadão’ é o que aparece já na primeira edição do então relançado *Jornal da Manhã*. O espaço diário era reservado para leitores efetivamente fazer suas reclamações, críticas e dar sugestões sobre os problemas da cidade. Sempre acompanhado por foto, inicialmente o texto era produzido por moradores e assinado por eles, como na primeira edição da nova fase (FIG 2). Em 2009, a coluna já aparece sendo

assinada por um jornalista. O ‘Fala, Cidadão’, porém, desaparece da edição do fim de semana a partir de 2012. (TAB 2).

FIGURA 2 – Coluna Fala, Cidadão; 02/09/2007



FONTE: Reprodução / Acervo Casa da Memória

Talvez a principal novidade trazida pelo então novo *JM* foi a criação da coluna semanal *Ombudsman* – espaço muito raro, ainda hoje, nos jornais brasileiros. Foram responsáveis pela coluna no *JM* o jornalista e professor Sérgio Luiz Gadini, (setembro de 2007 a agosto de 2008); Elaine Javorski (2008/2009), que na época fazia doutorado em Comunicação e Jornalismo na Universidad Autónoma de Barcelona; Alessandra Perrinchelli Bucholdz (2009/2010), jornalista com passagens pela *Gazeta do Povo*, *Diário dos Campos*, *Diário da Manhã* e pelo próprio *JM*; e Vanessa Sabóia Zappia, na ocasião, jornalista e professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (2010/2011) (Exemplo FIG 3).

FIGURA 3 – Coluna Ombudsman; 01 e 02/11/2009



FONTE: Reprodução / Acervo Casa da Memória

No período em que foi publicada, a coluna *Ombudsman* tinha como um dos objetivos analisar criticamente a cobertura editorial do *JM*, desde a escolha de pautas, os ‘ganchos’ que orientam a produção, as fontes ouvidas nas notícias, bem como a interação com os leitores e a própria forma de apresentar determinados temas que, inevitavelmente, envolviam conflitos políticos, religiosos, econômicos ou morais. A autonomia editorial, no entanto, assegurava independência na análise, publicação de críticas de leitores e a própria justificativa de repórteres e editores a respeito de escolhas e dificuldades na produção noticiosa. Como se vê, e asseguram profissionais responsáveis pela coluna nos três anos e meio de publicação semanal do espaço *Ombudsman*.

Em março de 2011, a coluna foi extinta, sem justificativa ou qualquer comunicado aos leitores. Em mensagens internas e privadas, editores alegaram “reformulação” estrutural, mas até mesmo a jornalista responsável pela coluna foi surpreendida pelo comunicado lacônico, que chegou por e-mail sem explicação. Ao que tudo indica, estava ali, na forma como a decisão foi tomada, um indicador concreto de que o eixo participativo e voltado aos interesses coletivos já não seria mais tão público, quanto os anúncios e logomarca ainda tentavam afirmar nos anos seguintes.

A orientação editorial, presente no relançamento do projeto, parece que, na extinção do espaço *Ombudsman*, foi momentaneamente esquecida: a “interação com o leitor realça outra importante característica do jornalismo público, que é, justamente, a pluralidade, um dos preceitos básicos do código deontológico jornalístico” (JM, 2007). Afinal, ao não ser informados da extinção da coluna *Ombudsman*, e tampouco dos motivos que fecharam o espaço, foram efetivamente apenas ignorados.

Oportuno destacar que o *JM* caracteriza a experiência continua mais duradoura em mídia de circulação diária no Paraná com espaço de análise editorial sistemática. As demais experiências de crítica de mídia na região limitam-se a periódicos temáticos (culturais, por exemplo) ou segmentados (como revista de entidade empresarial) com edição mensal ou em produtos jornalísticos laboratoriais em cursos de Jornalismo. Aliás, o setor que mais consegue manter espaço regular de crítica de mídia é, de fato, o de cursos de Jornalismo tanto em instituições públicas como particulares. O jornal *Foca Livre*, da Universidade Estadual de Ponta Grossa, por exemplo, lançou a coluna *Ombudsman* em março de 2005 e a mantém até o momento (maio/2018) com edição mensal. Situação similar ocorre em diversos outros periódicos laboratoriais em cursos de Jornalismo em todo o Paraná e demais estados do País.

O Conselho da Comunidade foi outra proposta inovadora lançada pelo *JM*, a partir de 2009. Tratava-se de um grupo “composto por 12 cidadãos eleitos pela Redação do *JM* para opinar sobre temas propostos pelo jornal” (JM, 2009). O Conselho possuía um estatuto e cada membro tinha mandato de um ano. Diariamente, havia um espaço para a publicação da coluna ‘Conselho da Comunidade’, elaborada e assinada por um dos membros em cada edição – numa espécie de escala ou rodízio – dando voz aos integrantes. A análise dos jornais mostra que o conselho perdurou até 2016; na edição de julho de 2017, já não havia mais o grupo, nem a coluna. (TAB 2).

TABELA 2 – ‘Marcas’ de um Jornalismo Público no *JM* entre 2007 e 2017

| | CONSELHO DA COMUNIDADE | OMBUDSMA N | FALA, CIDADÃO |
|------|-------------------------------|-------------------|----------------------|
| 2007 | Ausência | Presença | Presença |
| 2008 | Ausência | Presença | Ausência* |
| 2009 | Presença | Presença | Presença |
| 2010 | Presença | Presença | Presença |
| 2011 | Presença | Presença | Presença |
| 2012 | Presença | Ausência | Ausência |

| | | | |
|------|----------|----------|----------|
| 2013 | Presença | Ausência | Ausência |
| 2014 | Presença | Ausência | Ausência |
| 2015 | Presença | Ausência | Ausência |
| 2016 | Presença | Ausência | Ausência |
| 2017 | Ausência | Ausência | Ausência |

*Edição especial sobre as Eleições Municipais

Fonte: Autores, 2018

Além da coluna do *Ombudsman* – espaço reservado a críticas especializadas acerca do trabalho jornalístico desenvolvido pelo *JM* – e do Conselho da Comunidade, o periódico mostrou-se disposto a abrir espaço para opiniões. Embora na edição de reestreaia apenas uma página foi dedicada à publicação de artigos, charges e cartas dos leitores, nos anos seguintes chegou a existir até três páginas de Opinião (que, posteriormente, recebeu o nome de Espaço Público). Entre 2009 e 2011, o jornal publicava, nestas páginas, editorial, charge, crônica, artigo, cartas dos leitores, enquete, coluna do *Ombudsman*, a ‘Tribuna Livre’ – um espaço para artigos elaborados por políticos com mandato eletivo da cidade e da região – e o texto do Conselho da Comunidade. Nesta mesma época, havia chamadas na capa para os textos opinativos.

Por outro lado, na última edição analisada, do dia 1 a 3 de julho de 2017, já em formato *berliner* – portanto de menor tamanho – há apenas uma página de Espaço Público. Nela estão o editorial, a charge, um artigo e as colunas ‘Informe JM’ e ‘Política na Web’. É preciso destacar que a coluna ‘Informe JM’ foi se transformando durante a década, embora a mudança de página (de Política para Espaço Público) tenha ocorrido somente com o formato *berliner*. Ainda no modelo *standard*, algumas vezes a coluna aparecia assinada, outras não, às vezes com foto do colunista (repórter de Política), noutras não. Na edição referente a 2017, o ‘Informe JM’ não é assinado.

O Fim de uma Era?

A nova “cara” do *JM*, seu leiaute, seu conteúdo, sua apresentação, enfim, aquele primeiro jornal da nova fase teve um grande impacto na comunidade de Ponta Grossa e também dos Campos Gerais. Naquela primeira edição, em 2007, foi publicado um caderno de oito páginas e um suplemento em tamanho tabloide com mais oito páginas com conteúdo essencialmente jornalístico (Caderno A e Bola); além de um caderno especial com 12 páginas para apresentar o novo jornal, a nova equipe e recontar a história do *JM* – então com 53 anos de existência –; a revista *Urbe* (tabloide de 16

páginas), na qual havia entrevista e matérias sobre entretenimento, moda, comportamento, colunas e outros conteúdos e o caderno Mix, com quatro páginas de coluna social e variedades.

Entre os assuntos abordados naquela edição estavam a geração de empregos pelo Hospital Regional, interesse dos prefeitos da região em buscar a reeleição, denúncia sobre uso de carros da Câmara de Vereadores de Ponta Grossa para transporte de pacientes, implantação de novos pontos de radares, a economia puxada pelos setores de indústria e serviços e o que o jornal chamou de “farra dos loteamentos”. (TAB 3). Esta última matéria foi o tema do Dossiê *JM* – reportagens especiais publicadas aos finais de semana até 2014. Normalmente, os textos do dossiê pautavam as discussões do Conselho da Comunidade, que alimentava uma coluna diária e não apenas no final de semana.

Em setembro de 2007, o *JM* contava com sete repórteres assinando matérias, além de um jornalista atuando exclusivamente na página do periódico na internet e do diretor de redação. Havia também dois fotógrafos na equipe – totalizando 11 profissionais de imprensa. Já na última edição avaliada para esta pesquisa, quatro repórteres assinam matérias e um fotógrafo recebe crédito nas imagens, mas sabe-se que o diretor de redação permanece o mesmo desde 2007 e que havia mais um editor – totalizando uma equipe de sete pessoas. Na publicação de julho de 2017, o jornal (*berliner*) é composto pela capa, uma página de Espaço Público, duas páginas de Política, três páginas denominadas Especial, três páginas de Dinheiro, três de Cotidiano, duas de Bola e um segundo caderno com 18 páginas da revista Urbe.

TABELA 3 - Temas tratados pelo *JM* entre 2007 e 2017

| Ano (edição) | Manchete | Editorial | Resumo de assuntos da edição |
|---------------------|--|---|---|
| 2007 | Hospital Regional vai criar 1,5 mil empregos em PG | Não mudam a credibilidade e o respeito a PG | Prefeitos da região sinalizam candidatura à reeleição; Câmara funciona como extensão da Saúde; Hospital regional; novos pontos de radares; serviço e indústria puxam economia do município; farra dos |

| | | | |
|------|---|---|---|
| | | | loteamentos não tem fim |
| 2008 | Quem vai governar Ponta Grossa? | O vazio dos discursos e a confusão das pesquisas | Eleições municipais; Mundial de Lego; expedição em rio; obesidade entre adolescentes |
| 2009 | Criminalidade nos Campos Gerais - A culpa é do crack | O vácuo preenchido pelo crack | Crack e a criminalidade na região; eleição na OAB local; comércio da fé; Finados; futebol <i>society</i> ; futebol nacional; curso de Artes da UEPG |
| 2010 | Grupos políticos acirram briga por cargos regionais | Comércio pirata | Pirataria no comércio; disputa de cargos no terceiro escalão do governo estadual; falta de profissionais para serviços, julgamento de médicos; desafios da geração Y, União estuda doar estações de trem aos municípios |
| 2011 | Rede estadual – 80% das escolas de PG têm problemas | Descaso com a educação | Falta de infraestrutura nas escolas; aumento no preço do álcool; MP cobra residência terapêutica; entrevista com Gustavo Fruet; Operário (time de futebol de PG) no Paranaense; vida no Mosteiro da Ressurreição |
| 2012 | Novas indústrias – PG muda eixo de expansão para a região norte | O começo do ano letivo e os investimentos na educação | Operário no Paranaense; eleições 2012 na região; expedição pelo Rio Pitangui; volta às aulas; obras na vila militar; boate que funcionava em vila de PG |
| 2013 | VCG afirma ter cumprido contrato e quer renovação | Horas extras (Prefeitura) | PG gasta R\$ 20 milhões com horas extras; entrevista com prefeito de Castro; investimentos industriais; matéria com dirigente do Operário; |

| | | | |
|------|---|---|---|
| | | | crescimento nos casos de Aids em PG |
| 2014 | Fábio Camargo fica no TCE: Decisão do STF mexe no tabuleiro eleitoral de PG | Porto seco volta à pauta | Projeto de revitalização de PG custará R\$ 500 milhões; Operário no Paranaense; disputa pela Reitoria da UEPG; industrialização e porto seco |
| 2015 | Região avança em novas empresas e vagas de trabalho | A força de um fantasma (Operário Ferroviário, time de PG) | Operário em busca do título de campeão Paranaense; gastos com diárias na Prefeitura; IAP suspende licença de operação de novo aterro; empresas na região geram mais de 180 mil empregos; PG reduz beneficiários do Bolsa Família; paralisação de professores na rede estadual |
| 2016 | PG registra investimento de R\$ 3,3 bi na construção civil | A casa de custódia é uma necessidade | Processo eleitoral no PR, CEI da Saúde; matéria com secretário de Estado da Fazenda; rede da Compagás em PG; obras da casa de custódia; time de basquete de PG |
| 2017 | Forças de segurança fecham o cerco contra a criminalidade em PG | O cerco ao crime está fechado | Greve geral; megaoperação da polícia; Operário; deputado federal anuncia recursos; Prefeitos da AMCG pedem recursos; avanço da pavimentação em PG; licença para frigorífico |

FONTE: Autores, 2018

Considerações Finais

O que se pode verificar – pelo levantamento, observação e análise realizada – é que nestes 10 anos do *Jornal da Manhã*, desde o relançamento com um projeto editorial voltado ao jornalismo público, foram ocorrendo modificações e ajustes que, por

diversas razões, provocaram graduais e sucessivos afastamentos das diretrizes e intenções profissionais de um periódico que seria voltado aos interesses coletivos das comunidades locais e regionais. Essa constatação fica evidente quando se compara os temas abordados nos primeiros anos da renovação do periódico com as últimas edições. Na análise, observou-se que os textos das últimas edições analisadas – em especial de 2016 e de 2017 – citavam poucas ou apenas uma fonte de informação e tinham um viés positivo para governos estadual ou municipais. Além disso, a presença significativa de textos de assessorias de imprensa reproduzidos pelo jornal. Ou seja, uma manifesta negligência para com a comunidade – e, por consequência, para com o jornalismo público – no debate de temas. Aliás, a discussão de assuntos de interesse coletivo tinha um espaço bem definido dentro do jornal, a editoria denominada ‘Dossiê JM’, que pautava os textos da coluna ‘Conselho da Comunidade’. Esta editoria foi extinta em 2015.

As adaptações setoriais, mudanças e extinções de editorias que asseguravam a concretização de diretrizes norteadoras de um jornalismo público, aliadas à crescente redução do quadro de profissionais em atividade, foram recolocando o perfil da cobertura jornalística do *JM* em um padrão muito conhecido no Brasil por periódicos de alcance local, seja pela preocupação com segmentos de leitores ou anunciantes, que tensionam ou deixam determinadas propostas jornalísticas no limite do alcance ou influências de grupos empresariais privados, em geral no diálogo entre atores que se revezam na gestão de interesses políticos e econômicos, mas distante do que pode ser, efetivamente, um jornalismo voltado ao interesse coletivo da maioria da população. Se comparar a proposta de 2007, a constatação das mudanças é inevitável:

O seu projeto gráfico e editorial foi concebido de maneira a criar mecanismos capazes de colocar em prática o ideal de fazer um jornalismo voltado aos interesses da comunidade. Trata-se de uma proposta para se encontrar um equilíbrio sadio entre as duas vertentes que tensionam a atividade jornalística desde a sua fase mais embrionária: de um lado o caráter comercial do jornalismo e de outro o seu caráter cultural, enquanto instrumento de construção de identidades sociais, de mediação e produção do conhecimento, interação social etc. (JM, 2007).

Não significa dizer que tais modificações sejam apenas problemas, pois são realizadas em contextos, que precisam ser situadas e melhor compreendidas, exatamente porque o fazer jornalístico inevitavelmente opera em um “campo polêmico”, como explica Maurice Mouillaud (2012). Fato é que tais modificações, ao longo dos 10 anos

aqui considerados no estudo, indicam que o projeto de relançamento do *JM* foi desfigurando ou ‘esquecendo’ as marcas editoriais lançadas de um jornalismo público.

Vale destacar, entretanto, que no período citado o próprio modo de fazer jornalismo também foi registrando modificações no País, particularmente com a redução da tiragem e circulação das edições impressas e a gradual migração aos suportes digitais. Algo que também deve ser considerado no grupo de comunicação do *JM*, que em 2014 implantou o site de notícias *A Rede*. Mas este é um outro tema para debate, estudo e análise!

Fato é que o projeto editorial de um jornalismo público marcou o debate sobre a formação de profissionais e os próprios desafios da produção jornalística na região dos Campos Gerais, no Estado e também no País, uma vez que o diálogo com o exercício de experiências cotidianas em crítica de mídia ainda eram, e continuam, raras na história recente do jornalismo brasileiro. Esta é a história da primavera, ainda que breve, de uma experiência regional em jornalismo público no Estado do Paraná e, pois, precisa ser registrada e analisada em seus aspectos positivos, desafios, limites e dificuldades.

REFERÊNCIAS

COLUSSI, J. Política, debate e participação no jornalismo do interior. In: ASSIS, F. de (org.). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

FERNANDES, M. **Civic journalism: haverá um modelo brasileiro?** Guarapuava: Ed. Unicentro, 2008.

GADINI, S. L. “Desafios de pesquisa em Jornalismo Cultural: estratégias metodológicas para compreender os processos editoriais no campo cultural”. In: **Revista Famecos**. Vol. 17, Nº 1, 2010. Porto Alegre: PUC RS, 2010. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6876> Acesso em 30/04/2018.

LIMA, M. A. e MOTA, F. M. “Jornalismo cívico como alternativa e ferramenta par uma prática mais social da comunicação”. In: **Revista Pauta Geral**. Ponta Grossa: UEPG, 2014. Vol. 1, N. 1, Pp: 22-39, ago-dez 2014. Disponível em <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/6243/4211> Acesso em 30/04/2018.

MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?** Como salvar o jornalismo na era da informação. Tradução: CIA, P. de. São Paulo: Contexto, 2007.

MOUILLAUD, M. e PORTO, S. D. **O jornal, da forma ao sentido**. 3ª ed. Brasília: Editora UnB, 2012.

NÃO mudam a credibilidade e o respeito a PG. **Jornal da Manhã**, Ponta Grossa, 02 set.2007.

