



O JORNAL ITAPERCANJO.

Amanda Silva * - amanda.silvasant@hotmail.com

Jaqueline Silva ** - jaquelinesilva321@hotmail.com

Larissa Mainara *** - larissamainaragomes@gmail.com

Priscila Lima **** - priscila_lima30s@gmail.com

Rayana Lira ***** - rayanalira_@hotmail.com

Rodrigo Gabriotti de Lima ***** - rgabriotti@hotmail.com

Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres ***** - quelen.torres@athonedu.com.br

Resumo: Considerando os avanços tecnológicos na Comunicação e, principalmente, no Jornalismo, é possível destacar que a distribuição da informação vem sofrendo alterações significativas. A informação rápida está cada vez mais requerida pelos leitores que desejam estar por dentro de tudo o que acontece ao seu redor. Em pleno século XXI, quando os leitores anseiam cada vez mais por tecnologia, encontra-se o jornal Itapercanjo, um tabloide manuscrito cujo idealizador é Santino França, um idoso autodidata que produz o jornal, desde os anos 2000, de próprio punho, em Itapetininga, interior de São Paulo. Neste trabalho, o grupo analisa esse processo de produção artesanal do tabloide que tem, no manuscrito, o seu diferencial.

Palavras-Chaves: Comunicação regional; Jornal Itapercanjo; Jornal manuscrito.

Abstract: Considering the technological advances in Communication and, mainly, in Journalism, it is possible to highlight that the distribution of information has undergone significant changes. Quick information is increasingly required by readers who want to be on top of everything that happens around them. In the middle of the 21st century, when readers crave more and more technology, there is the Itapercanjo newspaper, a manuscript tabloid whose creator is Santino França, a self-taught elderly man who has produced the newspaper since the 2000s, in his own hand, in Itapetininga, in the hinterland of São Paulo. In this work, the group analyzes this artisanal production process of the tabloid that has, in the manuscript, its differential.

Keywords: Itapercanjo Newspaper; Manuscript newspaper; Regional Communication.

1. Introdução

Criado às portas da passagem para o século XXI, totalmente marcado por uma avalanche tecnológica movida pelo advento do digital, o Jornal Itapercanjo é a mostra da produção tipicamente artesanal de uma publicação cujas características são peculiares. Produzido, em Itapetininga, no interior de São Paulo, o Itapercanjo foi idealizado pelo aposentado Santino França. O jornal, publicado desde novembro de 2000, já passa de 500 edições. Com 30 páginas, produzidas manualmente e com recortes, desenhos e colagens, o periódico que tem distribuição mensal e circula pelas cidades de Itapetininga e São Miguel Arcanjo traz notícias sobre crimes, política, eventos culturais e personalidades das duas cidades. A distribuição das duas mil cópias é feita gratuitamente pelo próprio idealizador e dono do jornal.

Para entender o que leva as pessoas, em pleno século XXI, a consumir um jornal desse tipo, bem como seu processo de produção, trazemos um contexto histórico sobre os primeiros jornais manuscritos do Brasil e suas características. Contamos também a história do jornal Itapercanjo, a vida de seu idealizador, Santino França, e analisamos o tabloide em seu processo de produção, inclusive o jornalístico, e peculiaridades.

2. Jornais manuscritos no Brasil

Foi entre o século XIX e o início do XX que circulou o maior número de jornais manuscritos, no Brasil, segundo Barbosa (2018). As publicações mais antigas estão preservadas, na Biblioteca Nacional do Brasil, no Rio de Janeiro.

Expor informações e manifestos se davam em papéis manuscritos, afixados em lugares públicos. Foi este o modelo anterior ao formato jornal que se popularizou, no século XIX. Como era um período de alto índice de analfabetismo, quem possuía a habilidade de ler, replicava a informação para outras pessoas, formando assim, um vínculo de socialização das informações representadas pela comunicação oral.

Segundo Barbosa, a rua virava palco para exibição de vários assuntos, especialmente, política. Eram produzidos caricaturas, cartazes, avisos, proclamações, entre outras formas fixadas, em lugares variados, como as paredes das casas, muros e lojas com a proposta de que houvesse leitura por parte da coletividade. Desta forma, esses papéis foram gradualmente se redirecionando para o formato jornal atendendo diversas finalidades. Contudo, conforme explica Barbosa, a ordem manuscrita é primitiva, por ter surgido anteriormente ao caráter de divulgação de informação.

A referência mais repetida que circulou, em São Paulo, em 1823, e que teria sido o primeiro jornal manuscrito daquela província foi: O Paulista, fundado por Antônio Mariano de Azevedo Marques, conhecido por “O mestrinho”, professor de Latim e Retórica.

A opção pelo noticioso manuscrito se devia à falta de tecnologia para impressão na época. Assim, o criador, que também era redator do jornal, passou a contratar amanuenses para suprir a falta de impressão e distribuir o periódico entre cinco assinantes da época, em oito turnos, como lembra Barbosa (2013, p.114): “Ao final de cada turno, o então assinante deveria devolver o exemplar na casa do redator (ou em outro lugar previamente combinado) que o passaria para o assinante seguinte”.

A revolução impressa instaurou-se, no Brasil, no século XIX. E entre o período de 1822 a 1840, sucedeu a propagação dos periódicos impressos. Paralelamente a isso, existia a ordem comunicacional manuscrita que, segundo Barbosa (2018), mesmo com

o aparecimento dos impressos, não houve o desfecho dos manuscritos. Pelo contrário, eles coexistiram durante muito tempo.

Os manuscritos eram vistos como uma alternativa para a produção de jornais devido à falta de tecnologia disponível. Contudo, esse não é o caso do jornal Itapercanjo, idealizado com a simplicidade dos traços e letras compostos manualmente pelo seu Santino França.

3. **Jornal Itapercanjo**

Itapercanjo, resultado da junção entre Itapetininga – município paulista com 162.231 mil habitantes, segundo o Censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (2017) – e São Miguel Arcanjo – outro município paulista com 32.859 mil habitantes, também segundo o IBGE – é um jornal manuscrito, distribuído de graça e que circula por estas duas cidades mencionadas há mais de 18 anos. A escolha por estas cidades é que, em São Miguel Arcanjo, seu Santino morou com a família adotiva até os 17 anos de idade e posteriormente se mudou para Itapetininga onde reside e exerce seu ofício até hoje.

Natural de Sete Barras, cidade localizada no Vale do Ribeira, Santino estava com 43 anos e passava por dificuldades financeiras, chegando inclusive a ser morador de rua. Como gostava bastante de ler, principalmente conteúdos de humor, uniu esse gosto pela leitura com a vontade de ajudar as pessoas que viviam na mesma situação e que não tinham acesso nem a informação nem ao entretenimento. Pensando nisso, idealizou o jornal “Folha do São Miguelense”, o primeiro nome dado ao manuscrito. Em entrevista às autoras, ele contou que o jornal é como se fosse um filho, afinal, foi a partir dessa criação, que ele considera o progresso de sua vida.

Por ter estudado apenas até a 4ª série do Ensino Fundamental, ele se intitula autodidata. Sua história de vida foi difícil. Abandonado pela mãe, morou na rua onde contraiu tuberculose, em 1996, e pneumonia, em 1999. Chegou a ganhar 180 mil Reais, em um jogo de loteria, mas gastou todo o dinheiro, segundo ele, com futilidades. Diante dessa trajetória, lembra que tinha apenas dois caminhos para escolher: viver com rancor devido à sua realidade ou transformar todas essas experiências em aprendizado, compartilhando coisas boas com os outros por meio do humor, poesias e motivação.

Inicialmente, o jornal era todo preto e branco, com tiragem de 50 exemplares copiados do original e impressos em papel sulfite. Santino contava com a ajuda de comerciantes e amigos que cediam os materiais para a produção do tabloide, já que o idealizador não tinha condições financeiras. Atualmente fatura cerca de um salário mínimo por mês. O jornal, de formato tabloide, é mantido financeiramente por anúncios cujos valores variam entre R\$ 20,00 e R\$ 200,00. Santino afirma que não existe um valor fixo, por isso, os preços se adequam à condição financeira de cada anunciante. Os custos são com os materiais utilizados, na produção, como canetas, jornais, folhas sulfite e na revelação das fotos que tira mais a impressão das cópias coloridas ao fechar cada edição. Depois que está rodado, Santino leva o jornal original finalizado para uma papelaria ou algum estabelecimento que reproduz cerca de 2 mil cópias. Depois que pega todas as cópias, vai de ônibus do bairro Morro do Alto, onde mora, até os centros de São Miguel Arcanjo (cerca de 57 km) e Itapetininga (cerca de 49 km) para ir aos comércios parceiros e deixar os exemplares do Itapercanjo, distribuídos sem custo algum à população.

4. Processo de produção

O idealizador do jornal manuscrito leva cerca de 1 mês para concluir uma edição. Tudo é elaborado na própria residência, em uma redação improvisada no seu quarto, que dispõe de uma mesa de escritório, além de todo o equipamento necessário: caneta, lápis, régua, tesoura, papel, cola, canetas hidrográficas de cores pretas e vermelhas, entre outros. Também é ferramenta indispensável para a produção, uma lupa, que Santino usa principalmente para escrever e finalizar detalhes. Para ilustrar o conteúdo, recorre a desenhos autorais bem como recortes de jornais e revistas aleatórias de seu acervo – materiais esses que ele mesmo compra ou recebe de amigos – e com a ajuda de sua companheira, procura imagens que possam complementar seus textos, notícias ou anúncios para posteriormente serem coladas.

O primeiro passo para começar uma nova edição é a apuração que o faz ir até os comércios e ruas de Itapetininga e São Miguel Arcanjo para encontrar leitores e anunciantes. Das conversas, ele tenta extrair sugestões de assuntos que possam interessar às pessoas. Sempre com folhas de papel sulfite, canetas e sua câmera fotográfica, em

mãos, Santino anota sugestões e informações como aniversários, casamentos, possível casal elegante com registros fotográficos. Sem acesso à internet, ele continua a busca de informações por meio dos noticiários da TV, rádio e pelas bancas onde compra jornais e revistas para saber o que está repercutindo na região. Após estar munido com as informações para a nova edição, é que o processo de produção começa.

Todas as notícias colocadas, no jornal, originadas em outros veículos de comunicação, são creditadas por ele e personalizadas também. Santino conta que nunca um veículo reclamou da replicação da informação feita no Itapercanjo cujo visual é marcado pelas letras de forma e títulos grifados que, no entender de Santino, deixam as manchetes em evidência.

5. Editorias

As editorias do jornal Itapercanjo são divididas em policial, ambiental, política, homenagens póstumas, charges, reflexões e poesias, cultura, casal elegante, amigos do tabloide e notícias de repercussão nacional.

A capa tem um padrão seguido em todas as edições: a marca Itapercanjo é escrita no topo da página com letras de forma bem coloridas. A foto de Santino fica no canto superior esquerdo assim como a data da fundação do jornal e a afirmação de ser o único tabloide feito à mão no Brasil, além das informações técnicas como sulfite A4, 30 páginas coloridas, formato caderno, trigrampeado” (três grampos na lateral do jornal).

Mais abaixo, ainda na capa, constam o número da edição, o mês de circulação e as principais manchetes. Já na parte inferior da página, são selecionados dois ou três anúncios que Santino explica como são escolhidos: “não é quem paga mais. Às vezes querem me comprar para colocar um anúncio na capa, mas eu não me vendo. Eu escolho quem vai estar na capa naquele mês e faço o anúncio”.

Como em jornais e revistas tradicionais, Santino abre o jornal com o Editorial onde conta como foi o mês de produção da atual edição, deixando uma reflexão para seus leitores e comentando sobre algo marcante que esteja noticiado no jornal. No final da

edição, ficam as notícias de repercussão nacional que são mais recentes, as quais Santino acredita que precisam ser publicadas no Itapercanjo.

6. Anunciantes

Atualmente, o Itapercanjo tem cerca de 50 anunciantes, mas esse número não é fixo. Para conquistar um novo patrocínio, Santino vai até o comércio, apresenta o seu jornal, explica o funcionamento e estipula um valor para o anúncio. Para formar o preço, ele leva em consideração o tamanho do comércio.

Há anúncios em praticamente todas as páginas do jornal, sendo que três ficam estampados na capa. Santino mesmo é quem decide quais anúncios ficarão na primeira página, porém, explica que quando o anunciante é antigo, faz o pagamento com antecedência e pelo valor combinado, aumentam as chances de ser escalado para a capa. Sobre os pagamentos, ele diz que não tem problemas de atraso com a maioria de seus parceiros.

Os comércios anunciantes são de Itapetininga e São Miguel Arcanjo. Após uma edição ser concluída, Santino leva os exemplares até esses locais para análise do anúncio e também para deixar uma quantidade à disposição do público, já que os anunciantes também são pontos de distribuição do jornal.

7. O jornalismo e seus processo de produção

O processo de produção do Itapercanjo é singular. Desde a coleta das informações, a seleção das pautas, a produção caseira da notícia até a distribuição. Processos similares ao da indústria da mídia comum, mas que neste caso, são aperfeiçoados por Santino França e sua maneira artesanal de produzir e divulgar notícias. No Itapercanjo, Santino França usa, como fontes, jornais impressos e online que circulam na região, como o jornal Folha de Itapetininga e o Portal G1.

No estudo de qualquer estilo jornalístico, é fundamental entender o que define que um acontecimento se torne notícia e seja publicado em um veículo de comunicação. Sodré (2009) afirma que o dever do jornalista com o público-leitor é noticiar uma verdade que seja reconhecida pelo senso comum, desde que o enunciado corresponda a um fato, selecionado por regras hierárquicas de importância. É assim que ele considera o valor-notícia, que segue critérios lógicos de interesse, tanto para o leitor como para o jornalista. São eles: frequência, amplitude, clareza, relevância, conformidade, imprevisibilidade, continuidade, composição, referência a nações de elite, a pessoas e a algo negativo. Para o autor, os valores que fazem de um fato, uma notícia, podem variar dependendo do lugar onde ocorreu, do quanto as pessoas envolvidas são reconhecidas pelo público, das circunstâncias do acontecido, da sua importância para o público e do perfil editorial do meio de comunicação.

Entre os critérios, três se destacam na seleção de notícias feitas para o Itapercanjo. A proximidade - que de acordo com Erbolato (1991) - é uma característica de notícias locais e que está presente em jornais do interior porque divulga fatos que ocorrem perto do leitor. Sobre isso, Santino França afirma que busca colocar, no jornal, notícias que tenham repercussão em veículos de comunicação da cidade.

O humor - esse critério definido por Erbolato - como algo que o leitor procura em um jornal para se entreter, algo curioso, que informe e divirta o público. Essa é uma das características mais encontradas no Itapercanjo quando se observam as charges, sátiras e comentários bem-humorados, todos produzidos por seu Santino.

Utilidade - segundo Erbolato - são informações que sanam uma necessidade do leitor, como o número de telefone da farmácia, o que está em cartaz nas sessões de cinema. No Itapercanjo, os anúncios são também um atrativo informativo pela “personalidade” colocada por Santino França. Isso porque os leitores afirmam que encontram endereços e telefones úteis nesses anúncios personalizados. O jornal também possui uma editoria com festas e eventos realizados na região.

Em entrevista por email às autoras (2019), a pesquisadora Maria Cristina Gobbi, doutora em Comunicação, afirma que a credibilidade é a base fundamental do Jornalismo. Além disso, ela reforça que o jornalista é um intérprete da realidade e que pensar na

credibilidade é entender a “zona de tensão” profissional que está entre a ética e a deontologia. Assim, Gobbi (2019) define a informação jornalística como uma redução da incerteza, uma prática que obedece a padrões para que a informação seja correta e precisa.

Em relação ao que pode levar as pessoas a consumir um jornal artesanal como o Itapercanjo, em uma era globalizada e com rápido acesso à informação, a pesquisadora afirma que, em meio a tanto conteúdo, uma parte significativa da população fica à margem dos acontecimentos, formando assim um isolamento que pode ser rompido por esse tipo de comunicação mais regional:

Para esse grupo, que está a margem da mídia massiva, o olhar recai, acredito, sobre o que está sendo comunicado no interior do grupo cultural local a que pertence e que forma a complexa sociedade global, quer através dos seus produtos ou de seus processos culturais. São formas populares de expressão de ideias, como bem disse o professor Luiz Beltrão, “pai da Teoria da Folkcomunicação”.

A notícia consolida o Jornalismo e as funções de linguagem empregam significado e dinâmica aos veículos de comunicação. Por meio delas, é possível compreender e caracterizar a mensagem. Para isso, foram analisadas as funções aplicadas no jornal Itapercanjo.

A função referencial é a da informação. Para Samira Chalhub (2008), suas características se dão por meio de textos verbais bem construídos, de estrutura linear e com sintaxe clara. Essa função é natural do jornalismo por trazer os referentes, por isso, se enquadra no Itapercanjo.

Na função poética, o fator predominante é a mensagem e a forma como ela é transmitida. Para Samira Chalhub (2008), o motivo dessa relação são as características físicas do signo e toda a parte sonora e visual que são utilizadas em sentido conotativo ou figurado. Percebe-se pelo Itapecanjo que Santino França evidencia a função poética por meio das características físicas e também pelo aspecto visual, que foge das formas habituais de escrita. Provocando efeitos humorísticos por meio de sátiras que levam traços próprios para as publicações.

8. Jornalismo Comunitário

O Jornalismo tem várias vertentes e diferentes campos de atuação. Um deles é o Jornalismo Comunitário, o mais próximo do estilo do Itapercanjo. Dornelles (2004) define Jornalismo Comunitário como um meio de comunicação voltado para a comunidade cujos anseios e reivindicações sejam atendidos pelas matérias produzidas que, dentro do possível, determinam quais notícias devem ser divulgadas, desde que não atendam nenhum interesse pessoal ou partidário.

A autora também cita algumas peculiaridades que esse estilo jornalístico tem e que ao serem comparadas com o Itapercanjo, se assemelham ao trabalho de Santino: “Nas pequenas cidades, o próprio proprietário participa da entrega do jornal, casa a casa. Assim ele conversa com o assinante, anota sugestões de pauta, informa-se sobre quem está de aniversário, quem vai casar etc.” (DORNELLES, 2004, p. 134). Segundo a autora, é por essa razão que os proprietários de jornais do Interior são reconhecidos por toda a cidade e região.

Outra semelhança entre o jornalista comunitário e o Itapercanjo, de acordo com Dornelles (2004), é que em muitos jornais que são mantidos por assinatura, é comum o dono do tabloide distribuir gratuitamente alguns exemplares, especialmente, se na edição, estiver alguma matéria de interesse de determinado bairro ou localidade. No caso do Itapercanjo, Santino afirma que o objetivo, desde o início, era que o conteúdo do jornal levasse informação e entretenimento aos leitores, por isso, nunca cobrou assinaturas nem colocou à venda os exemplares.

O jornal Itapercanjo, por ser manuscrito e produzido apenas pelas mãos de Santino França, apresenta muito do repertório e dos pontos de vista do próprio criador em suas páginas. Os jornais comunitários têm como característica em muitos locais fazer uso de artifícios linguísticos: “Também é comum o uso de gírias, jargões, provérbios e lugares-comuns nos textos dos jornais” (DORNELLES, 2004, p. 161).

9. Considerações finais

Ao chegar ao final deste trabalho, é possível obter uma visão histórica sobre os primeiros jornais manuscritos produzidos no Brasil e suas características, que mesmo após dois séculos, ainda tem semelhanças com os jornais manuscritos produzidos atualmente.

Por meio da leitura e análise de vários exemplares do jornal Itapercanjo foi possível identificar suas características únicas e singulares de editoria, diagramação, produção e distribuição. Com a realização de entrevistas com o idealizador do jornal, Santino França, e de seus anunciantes e personagens, pode-se entender o que faz do tabloide manuscrito ser "único", como diz seu criador, e vislumbrar a fórmula de seu sucesso: o próprio Santino

Por meio de uma análise dos processos de produção do jornalismo profissional e do jornalismo comunitário foi possível identificar que o Itapercanjo, mesmo produzido por apenas um cidadão, sem formação na área da comunicação, possui em muitas de suas etapas, características que são praticadas no jornalismo profissional.

Com isso, conclui-se que o jornal Itapercanjo é consumido pela sua simplicidade, pela curiosidade que o trabalho manual desperta, pelo personagem conhecido na cidade, que tem o tabloide como um filho há quase 20 anos, e pela comunidade, a quem o jornal é destinado, em uma cidade do interior, que vê seus valores representados nas páginas do manuscrito.

10. Referências

- BAHIA, B.J. **História, Jornal e Técnica: as técnicas do jornalismo. Volume II.** Rio de Janeiro, Mauad X, 2009.
- BARBOSA, M. **História da comunicação no Brasil.** Petrópolis, Vozes, 2013.
- BARBOSA, M. **Os Manuscritos do Brasil.** Niterói, Universidade Federal Fluminense, 2018.
- CHALHUB, S. **Funções da Linguagem.** São Paulo, Ática, 2006.

- DORNELLES, B. **Jornalismo “Comunitário” em Cidades do Interior**. Porto Alegre, SagraLuzzatto, 2004.
- DORNELLES, B. **O futuro dos jornais do interior**. Rio de Janeiro, Intratextos, 2012.
- ERBOLATO, M. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. São Paulo, Ática, 1991.
- FERREIRA, F.P. **Teoria Social da Comunidade**. São Paulo, Herber, 1968.
- FILHO, C.M. **Dicionário da Comunicação**. São Paulo, Paulus, 2009.
- GABRIOTI, R. **Interação e Intercidades: A Comunicação Regional na Reconstrução dos Espaços**. São Paulo, LCTE, 2012.
- JARDIM, T; BRANDÃO, I. **Breve histórico da imprensa no Brasil**. Brasília, Unieuro, 2014.
- LUCENA, L.C. **Como Fazer Documentário: Conceito, Linguagem e Prática de Produção**. São Paulo, Summus, 2012.
- NICHOLS, B. **Introdução ao Documentário**. Campinas, Papirus, 2005.
- SODRÉ, M. **A Narração do Fato**. Petrópolis, Vozes, 2009.

* **Amanda Silva: é aluna do curso de Jornalismo da ATHON Ensino Superior Sorocaba.**

** **Jaqueline Silva: é aluna do curso de Jornalismo da ATHON Ensino Superior Sorocaba.**

*** **Larissa Mainara: é aluna do curso de Jornalismo da ATHON Ensino Superior Sorocaba.**

**** **Priscila Lima: é aluna do curso de Jornalismo da ATHON Ensino Superior Sorocaba.**

***** **Rayana Lira: é aluna do curso de Jornalismo da ATHON Ensino Superior Sorocaba.**

***** **Rodrigo Gabriotti de Lima: é Jornalista e professor da Escola de Comunicação da ATHON Ensino Superior Sorocaba.**

***** **Quelen Cristina Frutuoso Amaral Torres: é publicitária e professora da Escola de Comunicação da ATHON Ensino Superior Sorocaba.**