

**UNIVERSIDAD DE LEÓN
FACULDADE DE FILOSOFIA E LETRAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA**

**NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS LEITORES DA
IMPrensa DIÁRIA ESCRITA DE SANTA CATARINA,
QUANTO À APRESENTAÇÃO E APROFUNDAMENTO
DAS INFORMAÇÕES**

TESE DOUTORAL

MARCELO JOSÉ CAVALCANTI

DIRETOR SECUNDINO JOSE GUTIERREZ ALVAREZ

LEÓN – 2013

**UNIVERSIDAD DE LEÓN
FACULDADE DE FILOSOFIA E LETRAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA**

**NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS LEITORES DA
IMPrensa DIÁRIA ESCRITA DE SANTA CATARINA,
QUANTO À APRESENTAÇÃO E APROFUNDAMENTO
DAS INFORMAÇÕES**

TESE DOUTORAL

MARCELO JOSÉ CAVALCANTI

DIRETOR SECUNDINO JOSE GUTIERREZ ALVAREZ

LEÓN - 2013

AGRADECIMENTOS

À Deus, fonte de inspiração e fé, a quem atribuo todo o sucesso de minhas realizações.

Aos meus pais pelo estímulo e, aos meus irmãos por acreditarem que sempre fui muito especial para eles.

Ao meu Professor Orientador Dr. José Gutierrez Alvares, por ter aceitado desde o início em me orientar na construção deste trabalho e, ao Professor Dr. Romualdo Bermejo Garcia por ter sido muito importante e imprescindível em todos os momentos de minha caminhada.

A Universidade de Leon por ter me dado a oportunidade de realizar este sonho que é o doutorado.

A minha esposa Claudia Regina Cavalcanti que me incentivou a não desistir dos meus sonhos e, que tudo valia a pena. Ela sempre ocupará o melhor lugar do meu coração.

SUMÁRIO

SUMARIO EM ESPANHOL	7
RESUMO	11
1. Introdução.....	11
2. História da comunicação em perspectiva.....	12
3. A importância e o papel da informação no cenário atual	14
4. Imprensa mundial	15
5. A Imprensa do Brasil em tela	17
6. O Poder do Jornalismo	20
7. O Jornalismo na Modernidade	22
8. Notícia – Matéria Prima do Jornalismo	24
9. Principais Jornais do Brasil.....	25
10. Imprensa em Santa Catarina	27
11. Resultados da pesquisa.....	29
RESUMEN	32
1. Introducción	32
2. Historia de la comunicación en perspectiva	34
3. La importancia y el papel de la información en el escenario actual	35
4. Prensa mundial	37
5. La imprenta del Brasil en foco.....	39
6. El poder del periodismo	42
7. El Periodismo en la Modernidad	45
8. Noticia – Materia Prima del Periodismo	47
9. Principales Periódicos de Brasil.....	47
10. Prensa en Santa Catarina.....	50
11. Resultados de la Pesquisa.....	51
LISTA DE FIGURAS	55

LISTA DE QUADROS	56
INTRODUÇÃO.....	60
1. Apresentação do Tema.....	60
2. Definição da Questão de Pesquisa.....	66
3. Objetivos.....	68
3.1 Objetivo Geral.....	68
3.2 Objetivos Específicos.....	69
4. Justificativa.....	69
5. Originalidade do Tema da Tese.....	73
6. Metodologia da Pesquisa.....	74
6.1 Tipologia da Pesquisa.....	74
6.2 Universo e Amostra.....	78
6.3 Instrumento da Pesquisa.....	79
6.4 Limitações da Pesquisa.....	80
7. Estrutura do trabalho.....	81
CAPÍTULO I.....	83
HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO EM PERSPECTIVA.....	83
1. Síntese da Evolução da Comunicação Humana.....	83
2. Desafios atuais da Comunicação e Mídia.....	90
CAPITULO II.....	101
A IMPORTÂNCIA E O PAPEL DA INFORMAÇÃO NO CENÁRIO ATUAL	101
1. Informação.....	101
2. Perspectiva da comunicação, informação e da cultura.....	107
3. Informação, Imprensa e Poder.....	111
CAPITULO III.....	119
IMPRENSA MUNDIAL.....	119
1. Imprensa: Aspectos Conceituais.....	119
2. Metáfora da Imprensa como Quarto Poder.....	121
3. Datas e eventos importantes da Imprensa Mundial.....	126

4. A Imprensa na França.....	144
5. A Imprensa no Japão.....	147
6. Imprensa Britânica.....	151
7. Imprensa Alemã.....	152
8. Imprensa na América Latina.....	154
CAPÍTULO IV.....	160
A IMPRENSA DO BRASIL EM TELA.....	160
1. Datas e eventos importantes da Imprensa brasileira.....	160
2. Perspectiva Histórica da Imprensa no Brasil.....	169
3. Evolução da Legislação da Imprensa no Brasil.....	185
CAPITULO V.....	197
O PODER DO JORNALISMO.....	197
1. Jornalismo de Referência - Jacques Kayser.....	197
2. Jornalismo e Imprensa.....	199
3. Jornalismo Impresso.....	206
4. O Jornalismo na Modernidade.....	215
5. Notícia – Matéria Prima do Jornalismo.....	222
6. Panorama dos Principais Jornais do Brasil.....	228
6.1 Diário de Pernambuco.....	228
6.2 O Estado de São Paulo.....	231
6.3 Correio do Povo.....	233
6.4 Jornal Folha de São Paulo.....	234
CAPITULO VI.....	238
IMPRENSA EM SANTA CATARINA.....	238
1. Santa Catarina: um pouco de sua história.....	238
2. Antecedentes Históricos da Imprensa Catarinense.....	242
3. Características dos Principais Jornais de Santa Catarina.....	248
3.1 Jornal A Notícia.....	248
3.2 Jornal de Santa Catarina.....	252

3.3 Diário Catarinense	255
CAPITULO VII	258
RESULTADOS	258
1. Perfil da amostra	258
2. Perfil da imprensa catarinense sob a ótica dos leitores	261
2.1 Publicidade	276
2.2 Política:	279
2.3 Economia	284
2.4 Social	287
2.5 Religião	291
2.6 Saúde.....	294
2.7 Tecnologia	297
2.8 Moda	300
2.9 Educação	303
2.10 Turismo/Lazer	309
2.11 Esporte.....	312
2.12 Drogas, Violência e Corrupção	315
2.13 Diversos	321
3. Características de uma Imprensa escrita diária com qualidade	324
CAPITULO VIII	328
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	328
1. Conclusões	328
1.1 Esfera nacional	329
1.2 Esfera estadual	333
QUESTIONÁRIO DE COLETA DE DADOS.....	357
APÊNDICE	357
ANEXO	359

SUMARIO EM ESPANHOL

RESUMEN EN PORTUGUÉS	11
RESUMEN EN ESPAÑOL.....	32
LISTA DE FIGURAS	55
LISTA DE CUADROS.....	56
INTRODUCCIÓN	60
1. Presentación del Tema	60
2. Definición de la Cuestión de Pesquisa.....	66
3. Objetivos	68
3.1 Objetivo General	68
3.2 Objetivos Específicos.....	69
4. Justificativa	69
5. Originalidad del Tema de la Tesis.....	73
6. Metodología de la Pesquisa.....	74
6.1 Tipología de la Pesquisa.....	74
6.2 Universo y Muestra	78
6.3 Instrumento de Pesquisa	79
6.4 Limitaciones de la Pesquisa.....	80
7. Estructura del trabajo	81
CAPÍTULO I.....	83
HISTÓRIA DE LA COMUNICACIÓN EN PERSPECTIVA	83
1. Síntesis de la Evolución de la Comunicación Humana	83
2. Desafíos actuales de la Comunicación y sus Medios	90
CAPITULO II.....	101
LA IMPORTANCIA Y EL PAPEL DE LA INFORMACIÓN EN EL ESCENARIO ACTUAL.....

1. Información	101
2. Perspectiva de la comunicación, información y la cultura	107
3. Información, Imprensa y Poder	111
CAPITULO III.....	119
PRENSA MUNDIAL	119
1. Prensa: Aspectos Conceptuales	119
2. Metáfora de la Prensa como Cuarto Poder.....	121
3. Fechas y eventos importantes de la Prensa Mundial.....	126
4. La Prensa en Francia.....	144
5. La Prensa en Japón.....	147
6. Prensa Británica.....	151
7. Prensa Alemana	152
8. Prensa en América Latina.....	154
CAPÍTULO IV	160
LA PRENSA DE BRASIL EN TELA.....	160
1. Fechas y eventos importantes de la Prensa brasileña.....	160
2. Perspectiva Histórica de la Prensa en Brasil	169
3. Evolución de la Legislación de la Prensa en Brasil.....	185
CAPITULO V	197
EL PODER DEL PERIODISMO.....	197
1. Periodismo de Referencia - Jacques Kayser	197
2. Periodismo y Prensa.....	199
3. Periodismo Impreso	206
4. El Periodismo en la Modernidad	215
5. Noticia – Materia Prima del Periodismo	222
6. Panorama de los principales periódicos em lo Brasil	228
6.1 Diario de Pernambuco	228

6.2 El Estado de São Paulo	231
6.3 Correo del Pueblo	233
6.4 Periódico Folha de São Paulo.....	234
CAPITULO VI	238
PRENSA EN SANTA CATARINA	238
1. Santa Catarina: un poco de su historia	238
2. Antecedentes Históricos de la Prensa Catarinense	242
3. Características de los Principales Periódicos de Santa Catarina.....	248
3.1 Periódico A Notícia	248
3.2 Periódico de Santa Catarina	252
3.3 Diário Catarinense	255
CAPITULO VII	258
RESULTADOS	258
1. Perfil de la muestra	258
2. Perfil de la prensa catarinense bajo la óptica de los lectores.....	261
2.1 Publicidad	276
2.2 Política:	279
2.3 Economía.....	284
2.4 Social	287
2.5 Religión.....	291
2.6 Salud.....	294
2.7 Tecnología	297
2.8 Moda	300
2.9 Educación	303
2.10 Turismo/Ocio.....	309
2.11 Deporte	312
2.12 Drogas, Violencia y Corrupción.....	315

2.13 Diversos	321
3. Características de una prensa escrita diariamente y con calidad	324
CAPITULO VIII	328
CONSIDERACIONES FINALES	328
1. Conclusiones	328
1.1 Esfera nacional	329
1.2 Esfera estadual	333
CUESTIONARIO DE COLECTA DE DATOS.....	338
APÉNDICE	357
ANEXO	359

RESUMO

1. Introdução

A Imprensa é o resultado da necessidade do homem em expressar seus sentimentos, suas opiniões, suas atitudes e sua postura diante da vida e da realidade social. Em sentido estrito, Imprensa é tudo o que se edita em forma tipográfica e litográfica, como livros, revistas, folhetos, boletins, cartazes, jornais e reproduções de fotografias.

Em pleno século XXI, ainda nos questionamos qual o papel da Imprensa em nossas sociedades. Segundo diversos pensamentos, as sociedades modernas se confundem com a Imprensa. A Imprensa não é um produto natural de uma sociedade, mas o resultado da necessidade do homem em expressar seus sentimentos, suas opiniões, suas atitudes e sua postura diante da vida e da realidade social.

A Imprensa escrita é o veículo que possui relação mais estreita com os acontecimentos e transformações sofridas por uma dada sociedade, e com as notícias, busca-se levar informação e conhecimento aos seus consumidores – os leitores – visando sua satisfação.

Assim, o presente trabalho objetivou levantar o grau de satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Estado de Santa Catarina quanto ao nível de qualidade e aprofundamento das informações. Neste escopo, evidenciou-se ao longo do estudo: um panorama histórico-evolutivo da Imprensa a nível mundial e nacional; resgatou-se na História a concepção de

informação, comunicação e Imprensa; buscou-se nos escritos, aspectos sobre o Estado de Santa Catarina, sua gente, sua história; identificando assuntos que a Imprensa diária catarinense dá maior ênfase; levantou-se junto a uma amostra de leitores da Imprensa diária escrita de SC quais assuntos, esta deveria privilegiar.

Desta forma, a metodologia empregada na elaboração da presente tese foi a pesquisa exploratória e descritiva, haja vista as características e a natureza do problema que se procurou estudar.

Segundo a teoria norteadora de um estudo descritivo, esta pesquisa foi segmentada em duas partes: pesquisas em fontes secundárias e levantamento junto a leitores da Imprensa diária de Santa Catarina. A amostra de pesquisa foi formada por 300 profissionais de áreas diversas, leitores da Imprensa diária catarinense, sendo 100 do Jornal “Diário Catarinense”, 100 do Jornal “A Notícia” e 100 do Jornal “Estado de Santa Catarina”.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista estruturada e aplicação de questionário. Os resultados da pesquisa foram apresentados em quadros seguidos de análises.

2. História da comunicação em perspectiva

A necessidade de comunicar-se - informando e se informando - sempre existiu no homem. Historicamente podemos observar que, no nível semântico, o termo comunicação foi se modificando, deixando para um

segundo plano o significado de partilhar, comungar, passando a ser utilizado com sentido de transmitir.

A comunicação envolve a transferência de significado de uma pessoa para outra. A comunicação é um processo que ocorre entre pessoas dotadas de razão e de liberdade, entre si relacionadas pelo fato de fazerem parte, não do mundo natural, com as suas regras brutais e seus mecanismos automáticos, mas pelo fato de pertencerem a um mesmo mundo cultural. A comunicação é, por conseguinte, um processo dotado de relativa previsibilidade. Da previsibilidade do processo comunicacional depende um dos princípios fundamentais o da intercompreensão.

A comunicação tornou-se vital diante do regime democrático e da economia internacionalizada que estamos vivendo. Atualmente, a comunicação pode ser considerada como um processo expansivo e voltado para inclusão de novos elementos significativos, ao passo que a informação é um processo seletivo voltado para a exclusão de elementos definidos como insignificantes. Os meios de comunicação de massa participam como mediadores do processo educativo informal, atingindo à grande maioria da população nacional, com exceção dos grupos em que permitem acesso a um determinado tipo de conhecimento, onde acabam transmitindo conceitos e normas ditadas pela estrutura social dominante.

Assim, pode-se dizer que o campo da comunicação assumiu contemporaneamente um significado estratégico e, não meramente instrumental, pois as transformações que ocorrem têm consequências relevantes em várias esferas da sociedade. Desta forma, os meios de comunicação podem e devem desempenhar um papel central na superação

da crise da sociedade hodierna que é, sobretudo, uma crise de conflitos de valores, apontando os fins últimos e, trabalhando em ordem a realizá-los no dia a dia.

3. A importância e o papel da informação no cenário atual

Num mundo globalizado e altamente informatizado, a informação é um dos produtos mais valiosos, uma vez que a informação certa, na hora certa é decisiva para tomada de decisão e oportunidades de negócios. Todavia, para ser considerada informação relevante, os dados precisam ser tratados.

Assim, a informação está intimamente associada à natureza relativamente inexplicada e inexplicável dos fenômenos. Todavia, a informação, para ser útil deve ser precisa, completa, flexível, confiável, relevante, pontual, verificável, acessível e segura, uma vez que, uma informação que não seja de alta qualidade pode gerar equívocos e transtornos.

Convém salientar, que não há poder sem informação nem informação sem poder. Ambos estão historicamente relacionados. Desde 1440, quando Gutenberg inventou a tipografia e permitiu a impressão em massa, a informação vem sendo utilizada como instrumento de luta pelo poder. Reconhece-se, inclusive que os meios de comunicação constituem fonte de poder cultural considerável, que poderia inclusive chegar a controlar

tanto o poder econômico, quanto o político. Assim, pode-se afirmar que os meios de comunicação têm um papel de destaque.

No mundo cada vez mais complexo de hoje, em que a habilidade para tomar decisões rápidas e inteligentes é uma necessidade absoluta para a sobrevivência, a qualidade da informação tem adquirido importância significativamente maior. É neste contexto, que a Imprensa assume um papel preponderante como fonte de disseminação da informação.

A informação é um dos conteúdos da comunicação social ou interpessoal que pode contribuir tanto para a produção de um conhecimento independente, quanto para a reprodução de um sistema de valores ideológicos, a depender da natureza da comunicação estabelecida entre os participantes.

4. Imprensa mundial

Manifestações do que pode ser considerada a Pré-História do Jornalismo já eram registradas no mundo antigo. Uma dessas antecipações é o noticiário, o Acta Diurna, surgido em 59 a. C. em Roma. A história da Imprensa moderna, no entanto, só começa no século XV, com a invenção da impressão com tipos móveis por Gutenberg e o aparecimento posterior de folhas periódicas. Todavia a invenção de Gutenberg precisou de mais de duas décadas para que fosse aperfeiçoada.

A severidade do controle político freou a Imprensa que nem por isso deixou de se destacar nos séculos XVII e XVIII. A abrangência das

notícias aumentou e se estendeu a áreas ainda inexploradas como aspectos da vida social e cultural. A maior transformação viria naturalmente desde que os jornais se permitissem às críticas das gazetas manuais e, foi o que deu com a Imprensa inglesa, logo no início do século XVIII e, assim que se fez sentir a influência de seus ensaístas.

Atualmente, nas democracias liberais, a Imprensa tem sido chamada de *quarto poder*, um poder além do Executivo, do Legislativo e do Judiciário, porque expressaria um poder independente de todos eles, um poder autônomo exercido em nome do povo. Nesse caso, a Imprensa é identificada como um baluarte da vigilância democrática e da resistência aos abusos dos governos autoritários. Ela é tomada, por delegação implícita da sociedade, como instrumento de defesa popular contra as injustiças, ilegalidades e ilegitimidades.

A história da Imprensa está diretamente ligada à evolução das sociedades. O jornal impresso é talvez, o veículo que possui relação mais estreita com os acontecimentos e transformações sofridas por uma dada sociedade. Mesmo porque, é desses fatos que vivem um jornal. Todavia, a Imprensa em todos os países do mundo, sempre foi perseguida e censurada.

Quanto a Imprensa na América Latina, convém destacar que a chegada da Imprensa nas Colônias Americanas, tinha objetivos políticos considerados opostos àqueles que levaram à sua consolidação na Europa. Na América Latina, o invento de Gutenberg ajudava a impor os valores dos conquistadores, esmagando as culturas autóctones.

Na América do Sul, atribui-se aos jesuítas a classificação de grandes impulsores dos serviços gráficos, com destaque para o equipamento montado com a ajuda de indígenas nas Missões Jesuítas da divisa entre Brasil e Paraguai.

5. A Imprensa do Brasil em tela

A chegada da Imprensa no Brasil se deu com a com a chegada de D. João VI., tangido de Portugal pelas forças napoleônicas do general Junot. O material gráfico que era pertencente à Secretaria dos Estrangeiros e da Guerra, foi colocado no porão do navio Medusa, pelo conde da Barca e, posteriormente, instalado em sua casa. Depois de um ato real, a casa passou a funcionar como Imprensa Régia e de lá saiu, a 10 de setembro de 1808, o primeiro jornal editado no Brasil, a Gazeta do Rio de Janeiro, que a princípio, saía duas vezes por semana e tinha inicialmente quatro páginas.

Diversas foram as mudanças de direção e denominação, contudo, sempre com caráter oficial. Em 1º de janeiro de 1892, ganhou a denominação Diário Oficial, conhecido até os dias de hoje. Praticamente ao mesmo tempo, nascia em Londres o Correio Braziliense, destinado ao mundo lusíada, fundado por Hipólito José da Costa, que se beneficiou da liberdade de Imprensa existente na Inglaterra, podendo assim criticar livremente os atos do governo português.

De acordo com os escritos, pode-se dizer que a Imprensa escrita no Brasil, teve início com a Imprensa Régia fundada no Rio de Janeiro em

1808. No primeiro número da Gazeta saiu o primeiro anúncio na Imprensa, anúncio da tipografia de dois livros que seriam distribuídos, um sobre a invasão francesa de Portugal e outro sobre o livre comércio.

Observa-se que, com o advento do Império, e minimizada a turbulência política, o Jornalismo entrou numa fase predominantemente cultural. O ano 1891 foi marcado pelo surgimento do Jornal do Brasil, trazendo inovações importantes como o grande número de correspondentes estrangeiros e o sistema de distribuição em carroças.

Os jornais brasileiros atravessaram a última década do século XIX chegando ao século XX com estrutura e produção feita em grandes capitais, com sólida sustentação comercial. Foi neste período de transição, que surgiram diários que persistem até hoje, formando assim pilares da Imprensa de circulação nacional e dos principais mercados jornalísticos do país.

Importante assinalar que na história da Imprensa no Brasil, dois fatos contribuíram decisivamente para a modernização técnica da Imprensa brasileira em meados do século XX: as reformas do Diário Carioca, em 1947 e o Jornal do Brasil, a partir de 1956. A do Diário Carioca caracterizou-se pela reformulação da linguagem jornalística criando um estilo direto e objetivo de narração; instituiu a diagramação e o departamento de texto; criou o colunismo social como se conhece hoje; e dinamizou a fotografia, que passou a ser um elemento de informação, e não apenas de ilustração. A reforma do Jornal do Brasil começou com o aparecimento do suplemento dominical, que lançou o movimento concretista no Brasil. Esse suplemento antecipou várias inovações gráficas que foram depois aproveitadas e

sistematizadas no corpo do jornal: uniformização dos tipos, uso funcional de grandes espaços em branco e paginação ousada.

Na década de 1970, face ao rápido desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação e, face a concentração violenta do poder nas mãos de poucos países contra os demais, o debate internacional atingiu um clima de verdadeiro confronto. Era preciso que se tentasse analisar com a profundidade e abrangência possível, a questão mundial da comunicação e que se propusesse medidas concretas de solução aos impasses criados.

Observa-se que, a Imprensa brasileira vai gradualmente se transformando: surgem periódicos especializados; o esporte a medicina, a literatura, o direito e a música são cuidadosamente tratados. Nos anos recentes, a Imprensa brasileira enraíza-se no mercado, adota técnicas de marketing, reformula constantemente produtos e conquista consumidores. Privada, mantém o compromisso com o interesse público, fiscalizando o Estado, esclarecendo o cidadão, estando sempre vigilante.

Vale assinalar que, a legislação brasileira, no que se refere à Imprensa, é anterior à Proclamação da Independência. Naquela época, em que o Brasil era Colônia da Corte Portuguesa, não existia no país legislação referente à matéria; aplicava-se aqui a lei portuguesa de 12 de julho de 1821, inicialmente, posta em execução na Bahia.

A Constituição Federal de 1988 trouxe a tona discussão sobre as liberdades públicas resultando numa série de dispositivos que procuravam assegurar a livre manifestação do pensamento. O Art. 5º, do capítulo dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, talvez um dos melhores resultados da Constituinte, estabelece no inciso IV que: “É livre a

manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato”. Entretanto, assegura no inciso XIV, o sigilo profissional: “É assegurado a todos o acesso à informação e resguardando sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional. ”A censura não existe conforme o inciso IX”. É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença”.

6. O Poder do Jornalismo

O Jornalismo pode ser definido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica e oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (público/receptor) através de canais de difusão, especialmente, o jornal.

Considerado uma prática discursiva, o Jornalismo tende sempre a ser expressão de realidade. Isso é uma obviedade, pois ninguém se coloca, no dia-a-dia, em dúvida constante sobre a condição de realidade dos fatos noticiados pela Imprensa. Tal condição se apresenta inquestionável devido a um compromisso de natureza ética que funda o Jornalismo.

Assim, o Jornalismo é visto como elemento básico de formação e educação das massas e das elites, e aponta-se a importância do jornal como instrumento do capitalismo para a circulação mais rápida de mercadorias e, para que as informações sobre exportações, importações e movimento de capital cheguem mais depressa e mais diretamente aos componentes do circuito comercial.

O Jornalismo impresso nasce para ser o meio de divulgação da informação, no caso, em forma de notícia. Assim, há muito tempo o conceito de jornal vem se confundindo com o conceito de notícia, já que a notícia é o principal produto de um jornal.

Devemos ao cientista francês Jacques Kayser a organização de um arcabouço conceitual capaz de definir e compreender o Jornalismo de referência. Em seu estudo pioneiro *Une semaine lê monde* (Paris, Unesco, 1953), ele esboça um panorama comparativo jornalístico diário ao redor do globo, agrupando-o segundo dois critérios de classificação: a territorialidade e a política editorial.

Os jornais passam no século XVIII de semanais para diários. Através da análise do dia-a-dia, o jornal cumpre a função do observador social, pois retrata aquilo que de mais importante acontece na sua área de abrangência, registrando e imortalizando acontecimentos, costumes e ideias. Não é errado afirmarmos que o jornal é uma espécie de historiador da cidade moderna. O jornal é o cotidiano, a experiência noticiosa em bloco, o diário dos leitores.

É através do Jornalismo impresso, que o público tem a chance de refletir, analisar e apreender a informação. Assim, quem compra o jornal espera receber informação tratada sob as características do Jornalismo e não qualquer tipo de informação. As expectativas do leitor são de receber dados que só o jornal, graças a sua rede de informantes, pode obter informação trabalhada seletiva e combinadamente, ou seja, editada desde uma perspectiva política, ideológica e profissional e, finalmente, uma informação produzida tecnicamente e distribuída massivamente.

Através da análise do dia-a-dia, o jornal cumpre a função do observador social, pois retrata aquilo que de mais importante acontece na sua área de abrangência, registrando e imortalizando acontecimentos, costumes e ideias. O jornal é o cotidiano, a experiência noticiosa em bloco, o diário dos leitores.

É através do Jornalismo que o público tem a chance de refletir, analisar e apreender a informação. O tempo de leitura é próprio a cada consumidor que pode experimentar a liberdade de passear seus olhos pelo conteúdo que mais lhe chama atenção – inclusive anúncios.

Contudo, o modelo jornalístico contemporâneo, apresenta a novidade como produto da edição, impõe à Imprensa dar um tratamento de segundo, terceiro, quarto plano às informações sobre o desdobramento de fatos à medida que o consumidor for conhecendo o objeto da cobertura. Hoje em dia, os fatos acontecem e são reportados de forma quase simultânea. Com a mídia eletrônica indo de encontro ao fato, possibilitou-se não apenas que a população acompanhe tudo ao vivo, como também se solidificou a ideia do instantâneo, da notícia e realidade se confundindo.

7. O Jornalismo na Modernidade

O Jornalismo é um fenômeno universal, todavia suas raízes são europeias. O Jornalismo nasceu com o Capitalismo e, é com ele que se tem transformado até chegar ao Jornalismo atual, que revela uma grande tendência ao monopolismo, ao transnacionalismo e aos sistemas de

produções eficientes, que buscam sobreviver na lógica competitiva da economia de mercado. Entender as manifestações que floresceram nos territórios onde essa inovação cultural se deu pela ação dos colonizadores, implica em resgatar os traços originais que permaneceram e vislumbraram as transformações determinadas por contingências históricas.

Por isso, no caso brasileiro não é suficiente fazer remissões àqueles modelos que nos trouxeram os colonizadores lusitanos, mas torna-se imprescindível perceber as determinações que se configuram o padrão transplantado, o descobrir os atravessamentos gerados pelas influências conjunturais.

O jornal e Jornalismo, meio e mensagens, multiplicados, atravessaram os séculos contando a História da Humanidade. Densa é a herança do Jornalismo para o homem social.

No Brasil, um dos sinais mais evidentes da transformação modernizante no Jornalismo é a recente preocupação pela automatização e informatização de seus processos produtivos, o que lhe permite uma rápida substituição de mão de obra por sistema de computação, em certas áreas da empresa.

O Jornalismo é indubitavelmente, uma das instituições básicas do mundo moderno, surgido daquela mentalidade hierárquica sequencial, e cronológica típica da etapa alfabética e livresca, fase importante e chave da evolução histórica da humanidade.

O Jornalismo é, portanto, a principal forma de conhecimento que permite aos cidadãos de qualquer sociedade acompanhar, participar e influir na História do seu tempo.

No mercado atual, cheio de fontes de informações, o jornal precisa encontrar a fórmula de ser o organizador de todas elas. Tem que servir de guia para quem compra livros, mas, ao mesmo tempo, o jornal precisa se dirigir a públicos específicos por meio de cadernos e suplementos que segmentem sua audiência. O segredo está em fazer tudo isso, sem sacrificar a profundidade das informações, pois os posicionamentos criticam o comentário e a construção da opinião pública.

Todavia, a opinião pública tornou-se ficção frente ao funcionamento de um grande número de opiniões não públicas. Opiniões que, às vezes, são opiniões puramente privadas e, em outras ocasiões, constituem-se como opiniões quase públicas, pois antes de se lançarem ao grande público se constroem no debate de um pequeno grupo. De qualquer modo, é através da ação dos meios de comunicação, em suas mais diversas modalidades que se processa a identificação de interesses particulares, com um suposto interesse público.

8. Notícia – Matéria Prima do Jornalismo

Um jornal basicamente oferece a informação a seus leitores, mediante notícias. A notícia se define no Jornalismo moderno como o relato

de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante, e de cada fato a partir do aspecto mais importante ou interessante.

A notícia só é notícia quando chega às pessoas. Publicada e reconhecida a sua significação, o que era notícia se transforma em História. Essa qualidade transitória e efêmera é da própria essência da notícia.

Assim, considera-se a notícia, a informação transformada em mercadoria com todos seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Ela pertence, portanto ao jogo de formas da sociedade e, só é compreensível por meio de sua lógica.

9. Principais Jornais do Brasil

Na história da Imprensa brasileira, os principais jornais que se destacaram foram o Diário de Pernambuco, Jornal o Estado de São Paulo, Correio do Povo e Jornal Folha de São Paulo, os jornais do Estado de Santa Catarina, embora tenham relevância nacional, são pouco citados.

O Diário de Pernambuco, foi fundado em 7 de novembro de 1825, sempre inspirando-se nas lições de um rico passado histórico, contudo atualizou-se tecnologicamente, sendo esse constante empenho um dos trunfos de sua longa vida. Dispõe hoje de um dos mais avançados parques

gráficos do País. Atualmente, a circulação do Diário de Pernambuco estende-se a outros Estados do Nordeste e o leitor encontra ainda pontos de venda no Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília.

O Estado de São Paulo foi criado no dia 4 de janeiro de 1875 com uma velha máquina Alauzet plana. Foi o idealismo e o entusiasmo de um grupo de republicanos paulistas que iniciavam uma história de lutas que atravessou décadas e, cujos novos capítulos seguem sendo escritos. Foi o início de uma sucessão de batalhas pela independência, defesa das instituições, liberdades democráticas e moralização dos costumes políticos.

No final da primeira década do século XX, o jornal chegou a uma tiragem de 30 mil exemplares diários e continuava a enfrentar problemas com a censura e a dissidência dos republicanos. Defendia a institucionalização do voto secreto, a democratização do ensino e a criação de leis trabalhistas mais dignas.

Em 1988, uma ampla reforma administrativa foi desencadeada e o perfil da S.A. O Estado de S. Paulo evoluiu, e tornou-se um dos mais importantes jornais do mundo. Foram criadas unidades de negócios em diversos locais, que proporcionaram maior autonomia e agilidade às decisões.

O Correio do Povo foi criado em 1895. Foi o jornal pioneiro do Rio Grande do Sul na implantação de um sistema de impressão e distribuição totalmente descentralizadas. As páginas eram produzidas na sede, em Porto Alegre, e enviadas via satélite em formato digital aos três parques gráficos, em Porto Alegre, São Sepé e Carazinho. Cada parque gráfico referencia a distribuição em sua região.

O Jornal Folha de São Paulo foi criado em 19 de fevereiro de 1921. A impressão era feita nas oficinas de "O Estado de S. Paulo", à rua 25 de Março. Foi jornal que buscou sempre a modernização tendo a tecnologia como sua aliada.

Um fato que marcou a história da Folha de São Paulo foi em 1991, sendo o primeiro órgão da Imprensa brasileira a pedir o impeachment de um presidente - Fernando Collor de Mello, que renunciaria no ano seguinte.

A Folha é hoje o jornal brasileiro de maior tiragem e circulação. Os três jornais do grupo Folha atingem uma circulação média diária de mais de 600 mil exemplares. A Folha tem uma circulação média de 420 mil exemplares diários e mais de 700 mil aos domingos, sendo a maior circulação do país. É um jornal de vanguarda e suas características fundamentais são a irreverência, o bom humor, a prestação de serviços e as grandes reportagens exclusivas.

10. Imprensa em Santa Catarina

O Estado de Santa Catarina está localizado na Região Sul do Brasil, tem como capital administrativa Florianópolis e possui 293 Municípios.

Assim como a história da Imprensa brasileira vem marcada pela presença da censura governamental e pelo paternalismo real da Corte Portuguesa, o surgimento da Imprensa em Santa Catarina foi caracterizado

pelo forte conteúdo político que retratava as bandeiras defendidas pelo seu fundador; o capitão de engenheiros Jerônimo Francisco Coelho.

Após a queda da censura à imprensa brasileira, em 1821, de 1822 a 1831, houve um surto de pequenos jornais radicais e de panfletos no Estado. Nesta fase de contestações e de reexame da nação, também nasce, em Santa Catarina, o “Catharinense”, o primeiro jornal do Estado.

Destaca-se que de 1914 a 1930, encontramos, no Estado de Santa Catarina, 158 jornais catalogados e arquivados. O jornal A Notícia é lançado em 24 de fevereiro de 1923, com circulação semanal, sempre aos sábados. Na década de 60, a Imprensa escrita de Santa Catarina encontra-se numa lamentável dependência externa, para recebimento das notícias a serem publicadas. Os anos 80 em Santa Catarina são marcados pela profissionalização da Imprensa e de seus profissionais. Atualmente, os jornais mais importantes do Estado são o Jornal A Notícia com sede em Joinville, Jornal de Santa Catarina com sede em Blumenau e o Diário Catarinense com sede em Florianópolis.

O Jornal A Notícia circulou pela primeira vez no sábado, 24 de fevereiro de 1923. O Jornal de Santa Catarina foi fundado em setembro de 1971 por um grupo de empresários. O Jornal Diário Catarinense foi inaugurado em 1986 e, atualmente, é o jornal de maior circulação em números absolutos, no Estado de Santa Catarina. Apostou num formato inovador e num padrão editorial e gráfico diferenciado. Sua tiragem é de aproximadamente 36.000 exemplares nos dias úteis e cerca de 60.000 exemplares nos domingos.

11. Resultados da pesquisa

Os três jornais mais importantes do Estado de Santa Catarina - A Notícia, Jornal de Santa Catarina e o Diário Catarinense com sede em Florianópolis - constituíram foco central deste estudo. Foram entrevistados 300 leitores, sendo 100 de cada jornal, buscando avaliar a satisfação dos entrevistados quanto ao nível de qualidade e aprofundamento das informações da Imprensa diária escrita de SC.

A maioria dos leitores da Imprensa diária catarinense demonstrou-se satisfeita quanto à forma de apresentação, de linguagem dos jornais pesquisados, um fator positivo que atinge todos os entrevistados de diversos níveis, o que aponta que a Imprensa escrita de SC mostra envolvimento, linguagem e didática em suas notícias veiculadas.

Mas, o público leitor da Imprensa escrita catarinense aponta que os jornais do Estado são imediatistas, quanto a sua forma de veiculação. E, que o fator de relevância para os leitores da Imprensa catarinense é a forma concisa em sua apresentação. Assim, ressalta-se a necessidade de maior aprofundamento no tratamento dos assuntos, colaborando assim, para o estabelecimento da verdade do assunto em noticiado.

Em suma, os resultados da pesquisa indicam que na Imprensa diária escrita catarinense, de modo geral, as informações são apresentadas de forma clara e sintética facilitando uma leitura rápida.

No que se refere a abordagem de temas nos diversos cadernos dos jornais pesquisados constatou-se:

Saúde: a Imprensa escrita de Santa Catarina aborda aspectos relacionados à saúde pública de forma satisfatória da visão dos pesquisados, dados como o descobrimento da cura de novas doenças, número de hospitais em SC, quais os planos de saúde e que faixa social contemplam, medicamentos gratuitos etc..

- Economia: os entrevistados estão satisfeitos porque os jornais dão ênfase as questões econômicas nacionais e internacionais.

- Política: verificou-se que a Imprensa catarinense em específico os jornais pesquisados deixam a desejar quando abordam a política internacional demonstrando assim oportunidades de melhoria, como diversificação de opiniões facilitando assim a interpretação do leitor.

- Tendências da moda: um percentual significativo dos leitores entrevistados de todos os jornais pesquisados apresentou um nível de satisfação considerado médio, quanto a abordagem de temas ligados as tendências da moda, tanto, na esfera nacional/internacional quanto estadual. Neste contexto, as oportunidades de melhoria tornam-se necessárias para aumentar a satisfação de seus leitores.

- Educação: um número significativo de leitores entrevistados está insatisfeito com a Imprensa de Santa Catarina quanto à abordagem dos temas ligados a educação.

Turismo e lazer: a maioria dos pesquisados estão altamente satisfeitos quanto a abordagem de temas voltados ao turismo e lazer, pois os jornais destacam assuntos variados de forma mais introdutória.

Tecnologias: a maioria dos leitores catarinenses está satisfeito com a apresentação de assuntos voltados às novas tecnologias da informação e comunicação.

Esporte: pode-se inferir que na avaliação geral dos leitores entrevistados, o nível de satisfação das matérias esportivas que recebem destaques na Imprensa de SC, é considerado bom em seu desempenho.

Todavia, os leitores pesquisados destacaram, dentre outros aspectos, a necessidade da Imprensa apresentar uma diagramação moderna, maior angulação informativa, cobertura completa, informações precisas e bem articuladas e apresentar cadernos específicos com temas variados.

Cabe ressaltar, ainda que, na ótica dos leitores, a Imprensa diária escrita, deve, também, trazer cadernos especiais direcionados as crianças e jovens, para instigar o gosto pela leitura, destes futuros leitores.

Assim, com base nos dados levantados na pesquisa prática, sugeriu-se um protótipo de excelência da Imprensa escrita diária, onde se explicita as características principais que uma Imprensa diária escrita a com qualidade que deva ter, dentre estas se sobressaem: apresentar uma diagramação moderna, com boa disposição dos assuntos, facilitando a visualização; cobertura em tempo real, trazendo notícias no momento em que estão ocorrendo e em “primeira mão”; apresentar cadernos específicos com temas variados, para facilitar a busca de matérias de interesse do leitor: matérias com linguagem simples de fácil entendimento e, que acompanhem o desfecho dos temas noticiados, situando o leitor, sobre a evolução dos mesmos.

RESUMEN

1. Introducción

Por Prensa se entiende, en sentido estricto, todo lo que se edita con ayuda de máquinas de imprimir, o sea, en forma tipográfica y litográfica, es decir, libros, revistas, folletos, boletines, carteles, periódicos y reproducciones de fotografías.

En pleno siglo XXI, todavía nos preguntamos cuál es el papel de la prensa en nuestras sociedades. Según diversos pensamientos, las sociedades modernas se confunden con la Prensa. La Prensa no es un producto natural de la sociedad y sí el resultado de la necesidad del hombre de expresar sentimientos, opiniones, actitudes y postura, frente a la vida y su realidad social.

La Prensa es el vehículo que posee una relación más estrecha con los acontecimientos y transformaciones sufridas por una sociedad dada y con las noticias, busca llevar información y conocimiento a sus consumidores – los lectores - teniendo en cuenta su satisfacción.

La Prensa funciona como un espejo donde las personas pueden reconocerse o no. Para que este reconocimiento esté lo más próximo posible de la realidad, se trata de conferir a las informaciones una garantía aparente

de autenticidad, obtenida generalmente por la introducción de técnicas periodísticas y objetos de interés y conocidos del público.

De esta forma, el presente trabajo tiene la finalidad de comprobar el grado de satisfacción de los lectores de la Prensa diaria escrita del Estado de Santa Catarina con respecto a la calidad y profundidad de las informaciones. Más específicamente, se evidenció a lo largo del estudio: un panorama histórico-evolutivo de la Prensa en el ámbito mundial y nacional; se rescató en la Historia la concepción de la información, comunicación y Prensa; se evidenciaron aspectos sobre el Estado de Santa Catarina, su gente, su Historia; se identificaron temas en los que la Prensa diaria catarinense dá mayor énfasis; se concluyó frente a una muestra de lectores de la Prensa diaria escrita en SC, cuales temas, ésta, debería privilegiar.

De esta forma, la metodología empleada en la elaboración de la presente tesis es la investigación exploratoria y descriptiva, debido a las características y la naturaleza del problema que se procura estudiar.

Según la teoría que guía un estudio descriptivo, esta investigación fue dividida en dos partes: investigación en fuentes secundarias y análisis frente a lectores de la Prensa diaria de Santa Catarina. La muestra de investigación es formada por 300 profesionales de diversas áreas, lectores de la Prensa diaria catarinense, siendo 100 del Periódico “Diário Catarinense”, 100 del Periódico “A Notícia” y 100 del Periódico de “Santa Catarina”.

El método de comunicación en cuanto a la forma de aplicación, incluye entrevistas y formularios de auto-rellenar, así como la entrevista

estructurada. Los resultados de la pesquisa fueron presentados en recuadros seguidos de análisis.

2. Historia de la comunicación en perspectiva

Preliminarmente es importante resaltar que la necesidad de comunicarse – informando e informándose – siempre existió en el hombre. Históricamente podemos observar que, en términos semánticos, el vocablo comunicación fue modificándose, dejando en un segundo plano el significado de compartir, comulgar, pasando a ser utilizado con el sentido de transmitir.

La comunicación envuelve la transferencia de algún significado de una persona para otra. La misma, es un proceso que ocurre entre personas dotadas de razón y de libertad, relacionadas entre sí por el hecho de formar parte, no del mundo natural, con sus reglas brutales y sus mecanismos automáticos, sino del hecho de pertenecer al mismo mundo cultural. La comunicación es, por tanto, un proceso dotado de una relativa previsibilidad. De la previsibilidad del proceso comunicacional depende uno de los principios fundamentales, el de la intercomprensión.

La comunicación se tornó vital frente al régimen democrático y de la economía internacionalizada que estamos viviendo. Actualmente, la comunicación puede ser considerada como un proceso expansivo, volteado para la inclusión de nuevos elementos significativos, al mismo tiempo que la

información es un proceso selectivo volteado para la exclusión de elementos definidos como insignificantes.

Los medios de comunicación de masa participan como mediadores del proceso educativo informal, abarcando a la gran mayoría de la población nacional, a excepción de los grupos que se les permite tener acceso a un determinado tipo de conocimiento, acaban transmitiendo conceptos y normas dictadas por la estructura social dominante.

Así, se puede decir que el campo de la comunicación asumió contemporáneamente un significado estratégico y no meramente instrumental, pues las transformaciones que ocurren tienen consecuencias relevantes en varias esferas de la sociedad. Asimismo, los medios de comunicación pueden y deben desempeñar un papel central en la superación de la crisis de la sociedad moderna que es, sobre todo una crisis de conflictos de valores, apuntando los fines últimos y trabajando en orden para realizarlos en el día a día.

3. La importancia y el papel de la información en el escenario actual

En un mundo globalizado y altamente informatizado, la información es uno de los productos más valiosos, pues la noticia cierta, en el formato adecuado y en el momento preciso puede mostrar oportunidades de negocios impulsando a que ejecutivos tomen decisiones importantes para el éxito del negocio. Aunque para ser considerada información importante es necesario el tratamiento de los datos.

De esta forma la información está íntimamente asociada a la naturaleza relativa, inexplicada e inexplicable de los fenómenos. Sin embargo, para que la información sea útil debe ser precisa, completa, flexible, confiable, relevante, puntual, verificable, accesible y segura, porque una información que no sea de alta calidad puede generar equívocos y trastornos.

La información es el resultado del tratamiento de los datos existentes acerca de alguien o de alguna cosa. La información aumenta la conciencia y el contenido de los datos. .

Es importante subrayar que no hay poder sin información ni información sin poder. Ambos están históricamente relacionados. Desde 1440, cuando Gutenberg inventó la tipografía y permitió la impresión en masa, la información viene siendo utilizada como instrumento de lucha por el poder. Se reconoce, incluso, que los medios de comunicación constituyen fuente de poder cultural considerable, que podría llegar a controlar tanto el poder económico como político, así, se puede afirmar que los medios de comunicación tienen un papel de destaque.

En el mundo cada vez más complejo de hoy, en que la habilidad para tomar decisiones inteligentes es una necesidad absoluta para la sobrevivencia, la calidad de la información ha adquirido una importancia significativamente mayor. Es en este contexto que la Prensa asume un papel preponderante como fuente de diseminación de la información.

La información es uno de los contenidos de la comunicación social o interpersonal que puede contribuir tanto para la producción de un conocimiento independiente, así como para la reproducción de un sistema

de valores ideológicos, a depender de la naturaleza de la comunicación establecida entre los participantes.

4. Prensa mundial

Manifestaciones de lo que puede ser considerado la Prehistoria del Periodismo ya se hallaban registradas en el mundo antiguo. Una de esas anticipaciones es el noticiario, el Acta Diurna, surgido en 59 a.C. en Roma. La historia de la Prensa moderna, no obstante, sólo empieza en el siglo XV, con la invención de la impresión con tipos de muebles por Gutenberg y el surgimiento posterior de hojas periódicas. Sin embargo, el invento de Gutenberg necesitó de más de dos décadas para que fuera perfeccionado.

La severidad del control político frenó la Prensa que ni por eso dejó de destacarse en los siglos XVII y XVIII. El alcance de las noticias aumentó y se extendió a áreas todavía inexploradas como aspectos de la vida social y cultural. La mayor transformación vendría naturalmente desde que los periódicos se sometieran a las críticas de las gacetas manuales y fue lo que se dio con la Prensa inglesa, a principios del siglo XVIII y de esta forma se hizo sentir la influencia de sus ensayistas.

De esta manera, el Periodismo empezó a ganar terreno, a desarrollarse, a multiplicarse perfeccionando constantemente sus recursos e intensificando su función de crítico de la sociedad y principalmente de la política y de la administración pública.

Actualmente, en las democracias liberales, la Prensa ha sido llamada de cuarto poder, un poder además del Ejecutivo, del Legislativo y del Judicial, puesto que expresan un poder independiente de todos ellos, un poder autónomo ejercido en nombre del pueblo. En ese caso, la Prensa se asemeja a un baluarte de la vigilancia democrática y de la resistencia a los abusos de los gobiernos autoritarios. Ella es tomada como instrumento de defensa popular contra las injusticias, ilegalidades e ilegitimidades por delegación implícita de la sociedad.

La Historia de la Imprenta está directamente ligada a la evolución de las sociedades. El periódico, es tal vez, el vehículo que posee una relación más estrecha con los acontecimientos y transformaciones sufridas por una sociedad dada, hasta porque de esos hechos un periódico vive. No obstante, la Prensa en todos los países del mundo, siempre fue perseguida y censurada.

En cuanto a la Imprenta en América Latina, se debe subrayar que su llegada a las Colonias Americanas, tenía objetivos políticos que eran considerados opuestos a aquellos que la llevaron a su consolidación en Europa. En América Latina, el invento de Gutenberg ayudaba a imponer los valores de los conquistadores, aplastando las culturas autóctonas.

En América del Sur, se atribuye a los jesuitas la clasificación de grandes impulsores de los servicios gráficos, con destaque para el aparato montado con la ayuda de indígenas en las Misiones Jesuitas de la divisa entre Brasil y Paraguay.

5. La imprenta del Brasil en foco

La imprenta fue introducida en Brasil con la llegada de D. Joao VI, conducido desde Portugal por las fuerzas napoleónicas del general Junot. El material gráfico que era perteneciente a la Secretaria de los Extranjeros y de la Guerra, fue puesto en el sótano del navío Medusa, por el conde de la Barca y, posteriormente, instalado en su casa. Después de un acto real, su casa pasó a funcionar como Imprenta Regia y de allá salió, el 10 de septiembre de 1808, el primer periódico editado en Brasil, la Gazeta do Rio de Janeiro. Este periódico, que al principio se publicaba dos veces por semana, tenía cuatro páginas.

Después de pasar por varias direcciones y denominaciones, siempre con carácter oficial, se tornó el 1º de enero de 1892, el Diário Oficial que se conoce hasta hoy. Casi conjuntamente nacía en Londres el Correio Braziliense, destinado al mundo lusitano, fundado por Hipólito José da Costa, que se benefició de la libertad de Prensa existente en Inglaterra, consiguiendo así criticar libremente los actos del gobierno portugués.

La Imprenta Regia fundada en Rio de Janeiro en 1808 dio inicio a la Prensa escrita en el país. Del primer número de la Gazeta salió el primer anuncio en la Prensa, que mencionaba la tipografía de dos libros que serían distribuidos, uno sobre la invasión francesa de Portugal y otro sobre el libre comercio.

Las reglamentaciones brasileras, en lo que respecta a la Imprenta, son anteriores a la Proclamación de la Independencia. En aquella

época, donde Brasil era Colonia de la Corte Portuguesa, no existía en el país referencias de la materia, se aplicaba aquí la ley portuguesa.

Con el advenimiento del Imperio, cesada la etapa de turbulencia política, el Periodismo entró en una fase predominantemente cultural, abrigando hombres de letras en centenas de publicaciones literarias y académicas. En 1891 surgía el Jornal do Brasil, aportando innovaciones significativas como el gran número de corresponsales extranjeros y el sistema de distribución en carretas.

Los periódicos brasileiros atraviesan la última década del siglo XIX y llegaron al siglo XX montados en grandes capitales, estructura de producción compleja y sólida sustentación comercial. En este período de transición, surgieron diarios que persisten hasta hoy, formando pilares de la Imprenta de circulación nacional y de los principales mercados periodísticos del país.

Dos hechos que contribuyeron decisivamente para la modernización técnica de la Imprenta brasileira a mediados del siglo XX fueron las reformas del Diário Carioca, en 1947, y del Jornal do Brasil, a partir de 1956. La del Diário Carioca se caracterizó por la reformulación del lenguaje periodístico creando un estilo directo y objetivo de narración; instituyó la diagramación y el departamento de texto; creó la columna social como se la conoce hoy; y dinamizó la fotografía, que pasó a ser un elemento de información, y no apenas de ilustración. La reforma del Jornal do Brasil comenzó con la aparición del suplemento dominical, que lanzó el movimiento concreto en Brasil. Ese suplemento anticipó varias innovaciones gráficas que fueron posteriormente aprovechadas y sistematizadas en el

cuerpo del periódico: empadronamiento de los tipos, uso funcional de grandes espacios en blanco y paginación osada. El JB, también innovó en 1971 su campo gráfico, tornándose el mayor de la Imprenta brasilera. En esta década, frente al rápido desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación y frente a la concentración violenta del poder en las manos de algunos países contra los otros, el debate internacional alcanzó un verdadero clima de confronto. Era necesario que se intentase analizar con la mayor profundidad y amplitud posibles, la cuestión mundial de la comunicación y que se propusiesen medidas concretas para la solución de los impases creados.

La Imprenta gradualmente va transformándose: surgen periódicos especializados; el deporte, la medicina, la literatura, el derecho y la música son cuidadosamente tratados. En los años siguientes, la Imprenta brasilera se establece en el mercado, adopta técnicas de marketing, reformula constantemente productos y conquista consumidores. Privada, mantiene el compromiso con el interés público, fiscalizando el Estado, aclarando a los ciudadanos, estando siempre vigilante.

Es válido señalar que la legislación brasileña, en lo que se refiere a la Prensa, es anterior a la Proclamación de la Independencia. En aquella época, en que Brasil era Colonia de la Corte Portuguesa, no existía en el país ninguna legislación referente a la materia; y se aplicaba la ley portuguesa del 12 de julio de 1821, puesta en práctica, inicialmente, en Bahía.

La Constitución Federal de 1988 propició la discusión sobre las libertades públicas resultando en una serie de dispositivos que buscaban

asegurar la libertad de pensamientos. El Art. 5, del capítulo de los Derechos y Deberes Individuales y Colectivos, tal vez uno de los mejores resultados de la Constituyente, establece en el inciso IV que: “Es libre la manifestación del pensamiento, siendo vedado el anonimato.” Entretanto confirma en el inciso XIV, el sigilo profesional: “Es asegurado a todos el acceso a la información y resguardando el sigilo de la fuente, cuando sea necesario al cumplimiento del ejercicio profesional.” No existe censura según el inciso IX: “Es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, independientemente de censura o permiso”.

6. El poder del periodismo

El periodismo puede ser definido como un proceso social que se articula a partir de la relación (periódica y oportuna) entre organizaciones formales (editoras / emisoras) y colectividades (público / receptor) a través de canales de difusión, especialmente, el periódico.

Considerado una práctica discursiva, el Periodismo tiende siempre a ser expresión de realidad. Eso es una obviedad, pues nadie se coloca, en el día a día, en duda constante sobre la condición de realidad de los hechos noticiados por la Prensa. Tal condición se presenta irrefutable debido a un compromiso de naturaleza ética que funda el Periodismo.

De esta forma, el Periodismo es visto como un elemento básico de formación y educación de las masas y élites; y se apunta la importancia del periódico como instrumento del capitalismo para la circulación más

rápida de mercancías y para que las informaciones sobre exportaciones, importaciones y movimiento de capital llegue de prisa y más directamente a los componentes del circuito comercial.

El Periodismo impreso nace para ser el medio de divulgación de la información, en el caso, en forma de noticia. Así, desde hace mucho tiempo, el concepto de periódico se confundió con el concepto de noticia, pues la noticia es el principal producto de un periódico.

Debemos al científico francés Jacques Kayser la organización de una estructura conceptual capaz de definir y comprender el Periodismo de referencia. En su estudio pionero *Une semaine lê monde* (París, UNESCO, 1953), él esboza un panorama comparativo periodístico diario alrededor del globo, agrupándolo según dos criterios de clasificación: la territorialidad y la política editorial.

Los periódicos pasan en el siglo XVIII de semanales para diarios. A través del análisis del día a día, el diario cumple la función de observador social, pues capta lo más importante que acontece en su área de cobertura, registrando e inmortalizando acontecimientos, costumbres e ideas. No es un equívoco afirmar que el diario es una especie de historiador de la ciudad moderna. El periódico es el cotidiano, la experiencia noticiosa en bloque, el diario de los lectores.

Es a través del Periodismo impreso que el público tiene la oportunidad de reflexionar, analizar y aprender la información. De esta forma, quien compra el periódico espera recibir información tratada bajo las características estructurales del Periodismo y no de cualquier tipo de información. Las expectativas del lector son las de recibir datos que sólo el

periódico, debido a su red de informantes, puede obtener, información trabajada selectiva y combinada, o sea, editada desde una perspectiva política, ideológica y profesional y finalmente una información producida técnicamente y distribuida masivamente.

Siguiendo el análisis del día a día, el periódico cumple la función de observador social, pues retrata en su totalidad los acontecimientos importantes, registrándolos e inmortalizándolos en sus costumbres e ideas. La Prensa es lo cotidiano, la experiencia noticiosa en bloco, el diario de los lectores.

Es a través del Periodismo que el público tiene la oportunidad de reflexionar, analizar y aprender la información. El tiempo de la lectura es propio de cada cual. El consumidor puede experimentar la libertad de pasear sus ojos por el contenido que más le llame la atención – inclusive anuncios.

Sin embargo, el modelo periodístico contemporáneo presenta la novedad como producto de la edición, imponiendo que la Imprenta dé un tratamiento de segundo, tercero, cuarto plano a las informaciones sobre el desdoblamiento de hechos a medida que el consumidor vaya conociendo el objeto de cobertura. Hoy en día los hechos suceden y son reportados prácticamente de forma simultánea. Con los medios de comunicación electrónica yendo a los hechos, posibilitó no apenas que la población lo acompañe todo al vivo, sino que también se solidificó la idea del instantáneo, de la noticia y la realidad confundándose.

7. El Periodismo en la Modernidad

El Periodismo es un fenómeno Universal, aunque sus raíces sean europeas. El mismo nació con el Capitalismo y junto a él se ha transformado hasta llegar al Periodismo actual, que revela una alta tendencia al monopolio, al transnacionalismo y a los sistemas de producción eficientes, que buscan sobrevivir en la lógica competitiva de la economía de mercado. Entender a las manifestaciones que florecieron en los territorios donde esa innovación cultural se dio por la acción de los colonizadores, implica rescatar los trazos originales que permanecieron y vislumbraron las determinadas transformaciones por contingencias históricas.

Debido a esto, en el caso brasilero, no es suficiente remitirse a aquellos modelos que nos trajeron los colonizadores lusitanos, pero se torna imprescindible percibir las determinaciones que se configuran al patrón trasplantado, el descubrir los obstáculos generados por las influencias coyunturales.

El Periódico y el Periodismo, medio y mensaje, multiplicados, atravesaron los siglos contando la historia de la humanidad. Es densa la herencia del periodismo para el hombre social.

En Brasil, una de las señales más evidentes de la transformación modernizante del Periodismo, es la reciente preocupación por la automatización e información de sus procesos productivos, lo cual le permite una rápida sustitución de la mano de obra por el sistema de computación en ciertas áreas de la empresa.

El Periodismo es indudablemente una de las instituciones básicas del mundo moderno, surgido de la mentalidad jerárquica secuencial y cronológica, típica de la etapa alfabética y libresca; fase importante y clave de la evolución histórica de la humanidad.

El Periodismo es, por tanto, la principal forma de conocimiento que permite a cualquier ciudadano de la sociedad acompañar, participar e influir en la Historia de su tiempo.

En el mercado actual, lleno de fuentes de informaciones, el Periódico precisa encontrar la fórmula de ser el organizador de todas ellas. Tiene que servir de guía para quien compra libros, pero al mismo tiempo, tiene que dirigirse a públicos específicos por medio de cuadernos y suplementos que segmenten su audiencia. El secreto está en hacerlo todo sin sacrificar la profundidad de las informaciones, los posicionamientos críticos el comentario y la construcción de la opinión pública.

No obstante, la opinión pública se torna ficción frente al funcionamiento de un gran número de opiniones no-públicas. Opiniones que, a veces, son puramente privadas y en otras ocasiones se constituyen como opiniones casi públicas, pues antes de ser lanzadas al gran público se construyen a partir del debate de un pequeño grupo. De cualquier manera, es a través de la acción de los medios de comunicación, en sus más diversas modalidades, que se procesa la identificación de los intereses particulares con un supuesto interés público.

8. Noticia – Materia Prima del Periodismo

Un periódico básicamente ofrece la información a sus lectores, mediante noticias. La noticia se define en el Periodismo moderno como el relato de una serie de hechos a partir del aspecto más importante o interesante.

La noticia es solo noticia cuando llega a las personas. Una vez publicada y reconocida su significación, lo que era noticia, se transforma en Historia. Esta cualidad transitoria es efímera y de la propia esencia de la noticia.

Así, se considera a la noticia la información transformada en mercancía con todos sus apercibidos estéticos, emocionales y sensacionalistas, para esto, la información sufre un tratamiento que la adapta a las normas mercadológicas de generalización, patronalización, simplificación y negación de lo subjetivo. Además ella es un medio de manipulación ideológica de grupos de poder social y una forma de poder político. La misma pertenece, por tanto, al juego de forma de la sociedad y solo es comprensible a través de su lógica.

9. Principales Periódicos de Brasil

En la historia de la Imprenta brasilera, los principales periódicos que se destacaron fueron el Diario de Pernambuco, Jornal o Estado de São Paulo, Correio do Povo y Jornal Folha de São Paulo; los periódicos del

estado de Santa Catarina, aunque tengan relevancia nacional son poco citados.

El Diario de Pernambuco, fue fundado el 7 de noviembre de 1825, inspirándose en un rico pasado histórico, actualizándose tecnológicamente, siendo su constante empeño uno de los triunfos de su larga vida. Cuenta actualmente con uno de los más avanzados parques gráficos del país. La circulación del Diario de Pernambuco se extiende a otros Estados del Nordeste y el lector puede encontrar puntos de ventas en Río de Janeiro, São Paulo y Brasilia.

El Estado de São Paulo fue creado el 4 de enero de 1875 con una vieja máquina Alauzet plana, producto del idealismo y el entusiasmo de un grupo de republicanos paulistas que iniciaban una historia de luchas que atravesó décadas y cuyos nuevos capítulos siguen siendo escritos. Fue el inicio de una sucesión de batallas por la independencia, defensa de las instituciones, libertades democráticas y moralización de las costumbres políticas.

Al final de la primera década del siglo XX, el periódico llegó a una tirada de 30 mil ejemplares diarios y continuaba enfrentando problemas con la censura y disidencia de los republicanos. Defendía la institucionalización del voto secreto, la democratización de la enseñanza y la creación de leyes trabajista más dignas.

En 1988, una amplia reforma administrativa fue desencadenada y el perfil de la S.A. O Estado de S. Paulo evoluciona y se torna uno de los más importantes periódicos del mundo. Se crearon Unidades de Negocios

en diversos locales, que proporcionaron mayor autonomía y agilidad en las decisiones.

Correio do Povo fue creado en 1895, fue el periódico pionero de Rio Grande do Sul en la implantación de un sistema de impresión y distribución totalmente descentralizado. Las páginas eran producidas en la sede, en Porto Alegre, y enviadas vía satélite en formato digital a los 3 parques gráficos, Porto Alegre, São Sepé y Carazinho. Cada parque gráfico administra la distribución en su región.

El Jornal Folha do São Paulo fue creado el 19 de febrero de 1921. La impresión se hacía en los talleres de (O Estado de S. Paulo), en la calle 25 de marzo. Fue el periódico que siempre buscó la modernización teniendo como aliada a la tecnología.

Un hecho que marcó la historia de la Folha de São Paulo fue en 1991, siendo el primer órgano de la prensa brasilera en pedir el impeachment de un presidente - Fernando Collor de Mello, quien renunciaría al año siguiente.

La Folha es hoy el periódico brasilero de mayor tirada y circulación. Los 3 periódicos del grupo Folha alcanzan una circulación media diaria de más de 600 mil ejemplares. La Folha tiene una circulación media de 420 mil ejemplares diarios y más de 700 mil los domingos, siendo esta la mayor circulación del país. Es un periódico de vanguardia y sus principales características son la irreverencia, el buen humor, la prestación de servicios y los grandes reportajes exclusivos.

10. Prensa en Santa Catarina

El Estado de Santa Catarina está ubicado en la región Sur del Brasil, tiene como capital administrativa la ciudad de Florianópolis y posee 293 municipios.

El surgimiento de la Prensa Santa Catarina se caracteriza por el fuerte contenido político que retrataba las banderas defendidas por su fundador.

Tras la caída de la censura de la Prensa brasilera, en 1821, y de 1822 a 1831, hay un florecimiento de periódicos radicales y de panfletos en el Estado. En esta fase de contestaciones y de reexaminación de la nación, también crece, en Santa Catarina, el Catharinense, el primer periódico del Estado.

Se constató que de 1914 a 1930, en el estado de Santa Catarina hay 158 periódicos catalogados y archivados. El periódico A Noticia es lanzado el 24 de febrero de 1923, con circulación semanal siempre los sábados. En la década del 60 la Prensa de Santa Catarina se encuentra en una lamentable dependencia externa, con el recibimiento de las noticias a ser publicadas.

El Estado de Santa Catarina, en los años 80, es marcado por la profesionalización de la Imprenta y de sus profesionales. Actualmente, los diarios más importantes del Estado son el Jornal A Notícia con sede en Joinville, Jornal de Santa Catarina con sede en Blumenau y el Diário Catarinense con sede en Florianópolis.

El Jornal A Noticia circuló por primera vez el sábado 24 de febrero de 1923. El Jornal de Santa Catarina fue fundado en septiembre de 1971 por un grupo de empresarios. El Jornal Diário Catarinense fue inaugurado en 1966 y actualmente es el de mayor circulación en números absolutos del estado de Santa Catarina; para llegar a esto, apostó en un formato innovador y en un patrón editorial y gráfico diferenciados. Su tirada es de aproximadamente 36 mil ejemplares en los días laborables y cerca de 60 mil los domingos.

11. Resultados de la Pesquisa

Los tres periódicos más importantes del Estado de Santa Catarina constituyeron el foco central de este estudio, donde fueron investigados 300 lectores, siendo 100 de cada diario, tratando de evaluar la satisfacción de los investigados en cuanto a la calidad y profundización de las informaciones de la Prensa diaria escrita en SC.

Los resultados apuntan que la mayoría de los lectores investigados relató estar satisfecho con la forma de presentación de las informaciones en la Prensa escrita de Santa Catarina. Sin embargo, se resalta la necesidad de una mayor profundización en el tratamiento de los temas, colaborando de esta forma, con el establecimiento de la verdad de lo noticiado.

En suma, los resultados de la encuesta indican que en la Prensa catarinense diaria escrita, de modo general, las informaciones son

presentadas de forma clara y sintética, facilitando una lectura rápida. No obstante, los lectores investigados destacaron, de entre otros aspectos, la necesidad de que la Prensa presente una diagramación moderna, mayor proporción informativa, cobertura completa, informaciones precisas y bien articuladas. Por último, que presente materiales específicos con temas variados.

Salud: la prensa escrita de Santa Catarina aborda aspectos relacionados con la salud pública de forma satisfactoria desde la visión de los pesquisados, datos como el descubrimiento de la cura de nuevas enfermedades, número de hospitales en SC, cuáles son los planos de salud y qué nivel social contemplan, medicamentos gratuitos etc.

Economía: los entrevistados están satisfechos porque los periódicos dan énfasis a las cuestiones económicas nacionales e internacionales.

Política: se verificó que la Prensa catarinense, en específico los periódicos pesquisados, no abordan con profundidad la política internacional, demostrando así oportunidades de mejora, como diversificación de opiniones que facilitan la interpretación del lector.

Tendencias de la moda: un por ciento significativo de los lectores entrevistados de todos los periódicos pesquisados, presentó un nivel de satisfacción considerado medio, en cuanto a los aspectos relacionados con las tendencias de la moda, tanto en la esfera estadual, nacional como en la internacional.

En este contexto las oportunidades de mejorías se tornan necesarias para aumentar la satisfacción de sus lectores.

Educación: un número significativo de lectores entrevistados está insatisfecho con la Prensa de Santa Catarina en cuanto a los temas relacionados con la educación.

Turismo y Ocio: la mayoría de los pesquisados están altamente satisfechos con los temas sobre el turismo y ocio pues los periódicos destacan asuntos variados de forma más amplia.

Tecnologías: la mayoría de los lectores catarinenses están satisfechos con los asuntos relacionados con las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Deporte: se puede percibir que en la valoración general de los lectores entrevistados, el nivel de satisfacción de las materias deportivas destacadas en la Prensa catarinense, es considerado como un buen desempeño.

Sin embargo, los lectores pesquisados destacaron entre otros aspectos, la necesidad de que la Prensa presente una diagramación moderna, mayor angulación informativa, cobertura completa, informaciones precisas y bien articuladas y presentar reportajes específicos con temas variados.

Cabe resaltar que en la óptica de los lectores, la Prensa diaria también debe publicar artículos especiales dirigidos a los niños y jóvenes, para instigar el gusto por la lectura de estos futuros lectores

Así, basándose en las circunstancias históricas pasadas y presentes en las teorías que fundamentan la tesis, en las evidencias empíricas y en los resultados levantados en la investigación práctica, se plantea la disposición de un prototipo de excelencia de la Prensa escrita diaria, donde se explican las características principales que debe tener una Prensa diaria escrita con calidad.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capa do Diário de Pernambuco.....	230
Figura 2 - Capa O Estado de São Paulo.....	233
Figura 3 - Capa Correio do Povo.....	234
Figura 4 - Capa Jornal a Folha.....	236
Figura 5 - Mapa do Estado de SC.....	239
Figura 6 - Estrutura da imprensa de Santa Catarina.....	247
Figura 7 - Capa do Jornal de Santa Catarina.	254
Figura 8 - Capa do Jornal Diário de Santa Catarina.....	257
Figura 9 - Design de um protótipo de excelência da imprensa escrita diária.	326

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Cronograma da Imprensa no Brasil	178
Quadro 2 - Gênero.....	258
Quadro 3 - Escolaridade.....	259
Quadro 4 - Profissão.....	260
Quadro 5 - Forma de apresentação das informações na Imprensa diária escrita.....	261
Quadro 6 - Forma que caracteriza a informação da imprensa diária catarinense.....	262
Quadro 7 - Imagem da Imprensa diária catarinense.....	263
Quadro 8 - Classificação da forma de apresentação, como imagens e a linguagem empregada pela imprensa catarinense.....	264
Quadro 9 - Cadernos especiais como de negócios, colunismo social, "teen", classificados.....	265
Quadro 10 - Liberdade no tratamento das matérias.....	266
Quadro 11 - Características da cobertura da Imprensa diária de SC.....	267
Quadro 12 - A posição assumida pela imprensa escrita catarinense colabora para o estabelecimento da verdade do assunto em tela.....	268
Quadro 13 - Nível de imparcialidade e autonomia da Imprensa escrita catarinense.....	269
Quadro 14 - Principais categorias abordadas na Imprensa escrita catarinense.....	270
Quadro 15 - Avaliação da performance da Imprensa escrita catarinense em relação aos princípios e valores fundamentais.....	271
Quadro 16 - A Imprensa diária catarinense dá ênfase aos resultados obtidos com a publicação da reportagem.....	272
Quadro 17 - Desempenho geral da Imprensa escrita de SC.....	273
Quadro 18 - Visibilidade das informações.....	274
Quadro 19 - Padronização dos Anúncios.....	275

Quadro 20 - Publicidade.	276
Quadro 21 - Classificados.....	277
Quadro 22 - Custo de Publicidade.	277
Quadro 23 - Nível de Satisfação.....	278
Quadro 24 - Abordagem da Política Internacional.	279
Quadro 25- A Imprensa e a análise da política de SC e do Brasil.	280
Quadro 26 - A Imprensa Catarinense e os três poderes.....	281
Quadro 27- Cobertura de políticas públicas.....	281
Quadro 28 - Artigos políticos partidários.....	282
Quadro 29 - Nível de satisfação quanto ao critério política.....	283
Quadro 30 - Economia.....	284
Quadro 31 - Abordagem sobre moeda, câmbio e desvalorização.	285
Quadro 32 - Abordagem sobre comportamento dos trabalhadores frente às crises econômicas.	286
Quadro 33 - Nível de satisfação quanto aos aspectos ligados a economia. Fonte: Dados coletados (2004).....	287
Quadro 34 - Caderno especial voltado a coluna social.....	288
Quadro 35 - Público leitor.	288
Quadro 36 - Tendências da Imprensa.	289
Quadro 37 - Nível de satisfação quanto ao critério sociedade.....	290
Quadro 38 - Abordagem de temas como tipo de religião existente em SC, religião predominante, tipo de crenças existente no Estado.....	291
Quadro 39 - Relações com a Igreja Católica.	292
Quadro 40 - Relacionamento com outras religiões.....	292
Quadro 41 - Nível de satisfação com os aspectos ligados a religião.	293
Quadro 42 – Abordagem de aspectos ligados a saúde.	294
Quadro 43 - Deficiências políticas.	295
Quadro 44 - Nível de satisfação quanto ao critério saúde.	296
Quadro 45 - Tecnologia.	297

Quadro 46 - A Imprensa apresenta modernas perspectivas de desenvolvimento Tecnológico.....	298
Quadro 47 - Nível de Satisfação quanto ao quesito tecnologia.	299
Quadro 48 - Tendências da moda a nível nacional e internacional.	300
Quadro 49 - Abordagem Tendências da moda em SC.	302
Quadro 50 - Nível de Satisfação.	302
Quadro 51 - Abordagem de temas como: edição de leis voltadas à educação.	303
Quadro 52 - Educação Superior.	304
Quadro 53 - Municipalização do Ensino.....	305
Quadro 54 - Qualificação e salários dos professores.	306
Quadro 55 - Qualidade de Ensino.....	307
Quadro 56 - Nível de satisfação quanto ao critério educação.....	308
Quadro 57 - Turismo/Lazer.....	309
Quadro 58 - A Imprensa e as opções de lazer de SC.....	310
Quadro 59 - Nível de satisfação quanto ao critério turismo/lazer.....	311
Quadro 60 - Nível de atenção dada aos esportes.....	312
Quadro 61 - Esporte que ocupa maior destaque na Imprensa diária catarinense.	313
Quadro 62 - Nível de satisfação que os aspectos do item esportes proporciona.....	314
Quadro 63 - Como a imprensa diária catarinense aborda a questão das drogas.....	315
Quadro 64 - Como a Imprensa aborda a questão da violência urbana no Estado de SC.....	316
Quadro 65 - Como a Imprensa aborda a questão da corrupção.....	318
Quadro 66 - A Imprensa diária escrita de SC evidencia as ações voltadas ao combate à violência, droga e corrupção.	319
Quadro 67 - Nível de satisfação que os aspectos deste item proporciona.	321
Quadro 68 - Nível de aprofundamento da Imprensa diária catarinense quanto as cidades e bairros com renda per capita mais elevada.	321

Quadro 69 - Nível de aprofundamento da diária catarinense quanto a investigação nas regiões e bairros com menor poder aquisitivo.....	322
Quadro 70 - Retrata de forma realista as desigualdades sociais.....	323

INTRODUÇÃO

1. Apresentação do Tema

O tema desenvolvido nesta tese privilegia a caracterização da Comunicação, Imprensa e o Jornalismo além de alguns aspectos que se relacionam com tão complexas questões do tema em foco, tratados a partir de um mergulho na História. Haja vista que, é no percurso da humanidade que se busca sustentação ao entendimento do presente e às projeções em relação ao futuro.

Em pleno século XXI, ainda nos questionamos qual o papel da Imprensa em nossas sociedades. Segundo diversos pensamentos, as sociedades modernas se confundem com a Imprensa. A Imprensa não é um produto natural de uma sociedade, mas o resultado da necessidade do homem em expressar seus sentimentos, suas opiniões, suas atitudes e sua postura diante da vida e da realidade social. Qualquer meio de comunicação sempre está impregnado pela posição social dos seus interlocutores, pois o autor nunca está ausente da obra que produz¹.

A luta entre a informação e a opinião, não foi a única que marcou o desenvolvimento da Imprensa, logo apareceu a luta entre a opinião e a publicidade, que era a forma organizada que a propaganda assumia².

¹ PROST, A. & VINCENT, G. (orgs.). **História da vida privada**: da primeira guerra a nossos dias. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. 5 vol. p. 15-153.

² SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

Por Imprensa entende-se, em sentido estrito, tudo o que se edita com ajuda de máquinas de imprimir, isto é, em forma tipográfica e litográfica, ou seja, livros, revistas, folhetos, boletins, cartazes, jornais e reproduções de fotografias. Em sentido amplo, o conjunto de meios e divulgação impressos (jornais, revistas, livros) que visam a publicidade periódica de notícias e opiniões³.

A Imprensa “sendo uma janela aberta para o mundo, [...] é ao mesmo tempo a expressão de um espaço de convívio ampliado, desencadeando efeitos e influências sobre a vida social”⁴.

Neste sentido, ela funciona como um espelho onde as pessoas podem se reconhecer ou não. Para que este reconhecimento seja o mais próximo possível da realidade, busca-se conferir das informações uma garantia aparente de autenticidade, obtida geralmente pela introdução de técnicas jornalísticas e objetos de interesse e conhecimento do público.

A história da Imprensa está diretamente ligada à evolução das sociedades. O jornal impresso é talvez, o veículo que possui relação mais estreita com os acontecimentos e transformações sofridas por uma dada sociedade. Mesmo porque, é desses fatos, que vive um jornal⁵.

Uma primeira demarcação para entender as circunstâncias que proporcionaram o surgimento da Imprensa no mundo é situar o fato no contexto do desenvolvimento histórico e econômico do mercantilismo, a partir das trocas de mercadorias e informações nas cidades originárias do

³ AMARAL, Luiz. **Técnica de Jornal Periódico**. 4 ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.

⁴ Prost, a. e Vincent, G. (orgs.). **História da vida Privada: da primeira guerra aos nossos dias**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. 5 vol. p. 142.

⁵ GONÇALVES, L. **História geral da Imprensa**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

capitalismo (burgos). Importante ressaltar que estas práticas comerciais incipientes tiveram impulso com o surgimento dos Correios e da Imprensa, esta última concebendo a notícia como uma mercadoria que atraiu primeiramente quem se dedicava ao comércio e ao transporte marítimo.

Os primeiros "jornais" interessavam somente a quem comercializava. Traziam informações sobre preços de mercadorias, abastecimento, polos de produção etc. A Imprensa surge, portanto, como uma necessidade de suporte ao Capitalismo e não deixou de sê-lo até hoje⁶.

Complementa o autor que, no Brasil, a Imprensa surge em 1808, quando passou a circular, em 1º de junho, o "Correio Braziliense", editado em Londres por Hipólito José da Costa e Pereira Furtado de Mendonça. Enquanto que o jornal "Gazeta do Rio de Janeiro", que também passou a circular em 1808, com a chegada da Família Real ao Brasil, era dirigido por Frei Tibúrcio.

O jornal de Hipólito integrado a Imprensa brasileira, seria consequentemente o marco inicial, naturalmente do periodismo brasileiro. Para melhor elucidação do assunto o autor destaca a principal diferença do Correio Braziliense do Gazeta do Rio de Janeiro⁷.

Há que considerar que tanto o periódico de Hipólito quanto de Frei Tibúrcio representavam tipos diversos de periodismo: a Gazeta era embrião do jornal, com a periodicidade curta, intenção informativa mais do que doutrinária, formato peculiar aos órgãos, impressos do tempo, poucas folhas

⁶ ARAÚJO, Wilson. **200 anos da Imprensa no Brasil, 50 anos do Jornal Pequeno**. Disponível em <http://www.jornalismo.ufsc.br/>, Acesso em: 20 de dezembro de 2001.

⁷ SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

e preço baixo. Já o Correio era brochura de mais de cem páginas, geralmente cento e quarenta, capa azul escuro, mensal, doutrinário, muito mais informativo e com preço muito mais alto.

Vale ressaltar que, até 1808 eram proibidas a impressão e a circulação de qualquer tipo de jornal ou livro no Brasil. O "Correio Braziliense" entrava clandestinamente, nos porões dos navios que transportavam mercadorias e escravos. Todo o cerco da Coroa Portuguesa ao incipiente Jornalismo brasileiro temia a propagação de ideais de liberdade, igualdade e fraternidade que fervilhavam na Europa, especialmente na França, com os quais Hipólito mantinha certa identidade.

O jornal surgiu com o fim de preparar para o Brasil instituições liberais e melhores costumes políticos. Mas admite-se, também, que evidentemente, não foi fundado para pregar a Independência e não a pregou⁸.

Torna-se relevante destacar que, a severidade do controle político freou a Imprensa que nem por isso deixou de se destacar nos séculos XVII e XVIII. A abrangência das notícias aumentou e se estendeu a áreas ainda inexploradas com aspectos da vida social e cultural. Apesar do notório crescimento de público e conteúdo, no final do século XVIII a Imprensa não havia adquirido a consideração necessária.

A Imprensa informava sem questionar, deixando para a literatura tradicional a tarefa de debater. Por volta de 1775 a Imprensa era vista como uma subliteratura, sem valor ou prestígio. No entanto, nos períodos

⁸ HIPÓLITO apud SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999, p. 23.

revolucionários, com a aceleração da marcha do mundo, é que o devido valor foi dado aos impressos. A curiosidade que tomava conta do público é que permitiu tal mudança⁹.

Acredita-se que, a história da Imprensa é a própria História do desenvolvimento da sociedade capitalista. O controle dos meios de difusão e de informações que se verifica ao longo do desenvolvimento da Imprensa, como reflexo do desenvolvimento capitalista em que aquele está inserido é uma luta em que aparecem organizações e pessoas das mais diversas situações sociais, culturais e políticas, correspondendo a diferenças de interesses e aspirações¹⁰. Ao lado dessas diferenças, e correspondendo ainda à luta pelo referido controle, evolui a legislação reguladora da atividade da Imprensa.

Desta forma, pode-se afirmar, que a função social do Jornalismo impresso, pouco variou desde a invenção da Imprensa por Gutenberg. Claramente vislumbra-se uma evolução na tecnologia em sua confecção, mas seus fundamentos continuam intactos desde o século XV. Uma mudança que merece ser destacada é o fato de que na atualidade o Jornalismo impresso tem circulação diária, na maior parte dos Municípios.

Neste sentido, vale destacar a justificativa de Scripps, talvez o homem que, fundou o maior número de jornais na história do Jornalismo, que assim escreveu:

É somente por meio da Imprensa, principalmente a Imprensa diária, que a grande maioria da população pode receber qualquer informação ou educação. Portanto, é

⁹ GONÇALVES, L. **História geral da imprensa**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

¹⁰ SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

somente com a Imprensa que o público pode ser rapidamente e bem instruído em assuntos de seu interesse. Devemos fazer o maior uso possível da imprensa para disseminar o conhecimento resultante de longas pesquisas realizadas por poucas centenas, ou poucos milhares de homens bem treinados e com grande capacidade mental¹¹.

Um jornal não se limita a ser a soma de registros úteis destinados a orientar a vida das pessoas em curto prazo¹². Acredita-se que o jornal é ou deveria ser um espelho da consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo. Um espelho que reflita com nitidez a dimensão aproximada ou real dessa consciência.

A distância entre o povo e os mais abastados é grande e tende a aumentar se os veículos de comunicação não se mostrarem mais irredutíveis em suas posturas, assim a Imprensa impressa diária escrita tem uma função social que fundamenta a transmissão de ideias e notícias.

Os meios de comunicação de massa, em nosso estudo, a Imprensa escrita, representam os elementos mais dinâmicos de veiculação da ideologia dominante. Contribuem para impregnar as atividades, as práticas e crenças, o conjunto dos modos de vida, de sentir e agir com elementos próprios à concepção de mundo das classes dominantes. Os meios de comunicação aumentam a eficácia específica da ideologia dominante enquanto cimento da estrutura social, sua relação com práticas quotidianas e seu caráter ativo enquanto instrumento de direção política, capaz de unificar vontades dispersas¹³.

¹¹ OLIVEIRA, Fabíola. **O Jornalismo como Instrumento para Formação de uma Cultura Científica no País**. In **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001, p.313.

¹² NOBLAT, Ricardo. **A Arte de fazer um Jornal Diário**. São Paulo: Contexto, 2002.

¹³ GRUPPI, Luciano. **Tudo começou com Maquiavel**. Porto Alegre, L&PM Editores, 1984, p.52.

A influência da Imprensa na mente do povo só fica em segundo lugar na ordem de importância, se comparada à influência pessoal. A Imprensa é formadora de opinião pública, isto é, do conjunto de opiniões, juízos, conceitos, apreciações, pontos de vista que a respeito de diferentes aspectos da vida do povo imperam nas variadas classes sociais¹⁴. Desta forma, a Imprensa diária escrita, deve fornecer um nível de informações suficiente ao leitor, de forma que este possa inteirar-se e formar sua opinião sobre o assunto que lhe interessa e que é objeto de leitura.

2. Definição da Questão de Pesquisa

A comunicação é considerada fundamental e vital. É fundamental, na medida em que toda sociedade humana da primitiva à moderna baseia-se na capacidade do homem transmitir suas intenções, desejos, sentimentos, conhecimentos e experiências de pessoa para pessoa. É vital, na medida em que a habilidade de comunicar-se aumenta as chances de sobrevivência do indivíduo, enquanto sua falta é geralmente considerada uma séria forma de patologia.

A evolução dos meios de comunicação tem influenciado intensamente a sociedade, no modo de pensar e agir de cada pessoa. Este poder de influência, portanto, pode interferir positivamente como negativamente na população. A Imprensa passou a ser rotulada como o 4º poder como forma de enfatizar esta característica manipuladora.

¹⁴ AMARAL, Luiz. **Técnica de Jornal Periódico**. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.

Para considerar-se plenamente cidadão, o homem precisa dispor de fontes informativas que lhe permita conhecer o que se passa e, em seguida, formar juízos sobre os acontecimentos¹⁵. Contudo, nunca é demasiado dizer que a legitimidade da luta pela liberdade de Imprensa baseia-se no direito dos cidadãos de serem plena e honestamente informados. A saúde das democracias depende de exercício responsável desse ofício público. A própria sobrevivência de todas as nossas liberdades, depende da liberdade de Imprensa.

A opinião pública é essencialmente um produto da interação social, e desta forma não surge como uma força espontânea. Para a sua formação concorrem os valores culturais de determinada sociedade, seus estatutos jurídicos, as conquistas e decisões do direito, a atuação de seus líderes, a pressão dos grupos de interesse e os meios de comunicação social.

Os meios de comunicação social são os determinantes mais imediatos da opinião pública, uma vez que os estímulos transmitidos pelo emissor tendem a modificar o comportamento do receptor¹⁶. As ideias expressam pela escrita, a Imprensa, as ilustrações, as figuras e as combinações da linguagem escrita e falada, repercutem sobre as atitudes, influenciando decisivamente na formação da opinião pública.

Os jornais representam uma importantíssima força na formação desta opinião; a notícia divulgada gera o primeiro impacto no público, e assim, quanto maior a sua atualidade maior sua força. No entanto, as

¹⁵ BENEYTO, Juan. **Informação e Sociedade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1972.

¹⁶ A'AZEVEDO, Martha Alves. **O Jornal como Formador de Opinião Pública**. Ed. Universidade, UFRGS, 1983.

notícias veiculadas pela Imprensa geralmente estão voltadas aos interesses de grupos econômicos ou políticos.

Cabe destacar, que a opinião pública não constitui um padrão estático. Ela própria é o produto final de inúmeras influências que a dirigem e a modelam. Devido à importância que todos dão a crítica, ao desejo próprio de conquistar aprovação e simpatia, a opinião pública se constitui em um elemento decisivo de integração social. Ela é, ao mesmo tempo, criadora e modificadora de comportamentos sociais. Porém, todo esse poder de controle social e de modificação que ela tem, está enormemente influenciado por inúmeros fatores que intervêm em sua formação.

Neste contexto, apresenta-se a questão de pesquisa que norteará o presente estudo.

Qual o grau de satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Estado de Santa Catarina quanto ao nível de aprofundamento das informações abordadas pelos periódicos?

3. Objetivos

3.1 Objetivo Geral

O principal objetivo da presente pesquisa é levantar o grau de satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Estado de Santa Catarina quanto à forma de apresentação e o nível de aprofundamento das informações.

3.2 Objetivos Específicos

- Traçar um panorama histórico-evolutivo da Imprensa a nível mundial e nacional;
- Resgatar na História a concepção de informação, comunicação e Imprensa;
- Levantar aspectos sobre o Estado de Santa Catarina, sua gente, sua História;
- Identificar quais assuntos a Imprensa diária catarinense dá maior ênfase;
- Apresentar as características de uma imprensa escrita diária com qualidade.

4. Justificativa

O passeio pela História analisando fatos por diferentes ângulos polêmicos, até desvela um paradigma cujas bases foram desenvolvidas por um corpo de pensamentos que se sustenta sobre a concepção plena da razão. A forma como é apresentada a discussão do assunto contrapõe ideologias e visões do mundo.

A Imprensa transmite mensagens, transformando-as durante o percurso, conforme passam do pensamento para o texto, para a letra impressa, para a imagem que se recebe e, de novo, para o pensamento. Uma história da Imprensa, portanto, deveria articular a mensagem aos

produtores e receptores, visualizando a face desses receptores, as formas como realizam leituras diferenciadas e, sobretudo, a singularidade ao se apropriarem dessas mensagens¹⁷.

Desta forma, a comunicação é um processo que envolve a produção da mensagem, a sua emissão e a sua apropriação por alguém que é, acima de tudo, um sujeito histórico concreto. Visualizar a história da Imprensa, especialmente a diária, é perceber todo esse circuito e, só assim, realizar uma reinterpretação que possibilite recuperar formas culturais inscritas num passado. É no percurso da humanidade que se busca a sustentação ao entendimento do presente e às projeções em relação ao futuro.

Os meios de comunicação de massa e seus efeitos não podem ser considerados fora do contexto da sociedade a que pertencem. Não há dúvida de que os meios de comunicação de massa constituem um aspecto relevante do processo de mudança social, mas apenas um dentre muitos.¹⁸ O efeito dos meios de comunicação é definido como características e/ ou mudanças no comportamento individual, sistemático e social, intersubjetivamente discerníveis, as quais, levando-se em conta o contexto social, podem ser explicadas de acordo com o conteúdo, a forma e a organização dos meios de comunicação.

Os meios de informação buscam produzir um efeito de apresentação da realidade, isto é, colocam-se como o meio através do qual os fatos reais são transmitidos ao público. Os leitores passam a enxergar a

¹⁷ ARAÚJO, Wilson. **200 anos da Imprensa no Brasil, 50 anos do Jornal Pequeno**. Disponível em <http://www.jornalismo.ufsc.br/>, Acesso em: 20 de dezembro de 2001.

¹⁸ KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul**. São Paulo: Edusp, 1997.

realidade pelos olhos da Imprensa diária (o meio), tendo em vista que a partir de seu próprio olhar não conseguiriam enxergá-la. A autenticidade e a credibilidade do meio sobrepõem ao próprio real, demonstrando a amplitude e a onipresença dos meios de comunicação¹⁹.

A maneira como os fatos reais são transmitidos pela Imprensa diária à população, está indiscutivelmente vinculada aos interesses de grupos ou indivíduos, geralmente ligados às classes dominantes, uma vez que, apesar do meio de comunicação transmitir problemas cotidianos da população, ela se reserva no direito de escolher quais problemas devem ser divulgados, distorcendo claramente o caminho da Imprensa, que deve ser o de abordar a sociedade como um conjunto e não de forma excludente.

Esta postura conservadora perante a linha editorial de uma publicação conduz a uma visão reducionista da sociedade, produzindo o efeito de desmobilização política. A Imprensa desta forma funciona como reprodutora e não como objeto de reflexão da sociedade²⁰.

Infere-se que, o acesso às informações é fundamental para o exercício pleno da cidadania e, portanto, para o estabelecimento de uma democracia participativa, onde grande parte da população tenha de fato condições de influir com conhecimento em decisões e ações ligadas à sociedade.

A história da Imprensa diária compreende, assim, não apenas o objeto suporte da difusão de um tipo de comunicação. Analisa relações de

¹⁹ SERRA, Antônio A. **O Desvio Nosso de Cada Dia**: a representação do cotidiano num jornal popular. Rio de Janeiro: Achiamé, 1980.

²⁰ MUNIZ, Sandra M. R. **O Jornal Gazeta**: as queixas da sociedade capixaba (1969/1970). Vitória: monografia de pós-graduação em teoria da história, na Universidade Federal do Espírito Santo, 1997.

natureza social que existem no lugar e no tempo de circulação dessas mensagens. Analisa produtores de mensagens e leitores. Pessoas comuns, com visões de mundo, tradição, sentimentos, ideias e ideais que vivem num mundo pleno de significados²¹.

Estudar a Imprensa e a sua história é, sobretudo, visualizar um processo onde está sempre em foco um sujeito histórico e social que produz significados ao viver quotidianamente.

Mas porque estudar o passado? Porque ao se visualizar o passado, procede-se a uma reinterpretação - onde a subjetividade está inserida - para tentar entender o presente e nesse processo, promover mudanças. Afinal é para isso e, só para isso, que serve o conhecimento científico.

É imperativo ressaltar que, o presente estudo pode ser compreendido como um momento de síntese e posterior análise, para algumas reflexões realizadas no percurso da vida profissional do pesquisador a cerca da Imprensa diária catarinense como fonte de informação.

A opção geográfica pelo Estado de Santa Catarina é legítima, na medida em que, o pesquisador desenvolveu a sua vida profissional neste ambiente. Outro argumento a ser destacado é que, considerando que toda teoria tenha um caráter bastante universal, a prática tem revelado aspectos peculiares a uma determinada cultura.

²¹ ARAÚJO, Wilson. **200 anos da Imprensa no Brasil, 50 anos do Jornal Pequeno**. Disponível em <http://www.jornalismo.ufsc.br/>, Acesso em: 20 de dezembro de 2001.

A opção pelos jornais “Diário Catarinense”, “A Notícia” e o “Estado de Santa Catarina” justifica-se à medida que estes são os jornais escritos de maior abrangência no Estado, sendo considerados os mais importantes.

A relevância deste estudo, esta no fato deste caracterizar o tipo de informações abordadas pela Imprensa diária escrita de Santa Catarina, no momento atual – início no século XXI.

5. Originalidade do Tema da Tese

A originalidade do tema do presente estudo não está na amostra a ser pesquisada, mas sim na discussão do nível de satisfação dos leitores quanto ao aprofundamento das informações abordadas pelos Jornais “Diário Catarinense”, “A Notícia” e o “Estado de Santa Catarina”, todos pertencentes ao Estado de Santa Catarina, bem como, na caracterização destas informações no momento atual.

Também, é inédito, o confronto das visões de alguns autores, que juntas formam o referencial teórico da tese, que serve de alicerce à parte prática deste estudo. O tema passa a ser original ainda, à medida que se discute o tema, no cenário atual – globalizado e tecnificado. Desta maneira, a abordagem do tema é relevante e atual, até porque, cabe ao Jornalismo escrito manter seus leitores informados sobre a transformação, seja de ordem econômica, política, social etc., que ocorre tanto na esfera internacional, nacional como estadual.

6. Metodologia da Pesquisa

Este item traz o delineamento da metodologia que foi utilizada para o alcance dos objetivos deste trabalho. “Delineamento refere-se ao planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, envolvendo tanto a sua diagramação, quanto à previsão de análise²²”, ou seja, um planejamento da pesquisa, envolvendo tanto o plano quanto a estrutura que será empregada na investigação, com a finalidade de se obter respostas para o problema de pesquisa.

A forma do delineamento é a de uma estratégia ou plano geral que determina as operações a serem seguidas, para o desenvolvimento da pesquisa, com ênfase nos procedimentos técnicos de coleta e análise de dados.

6.1 Tipologia da Pesquisa

A tese de doutorado deve evidenciar conhecimento da literatura existente e a capacidade de investigação do candidato, podendo ser delineada de inúmeras maneiras, desde que elaborada com rigor lógico e técnico²³.

Desta forma, a metodologia empregada na elaboração da presente tese foi a pesquisa exploratória e descritiva, haja vista as características e a natureza do problema que se procura estudar.

²² GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1991, p.70.

²³ *Ibidem*.

É descritiva, uma vez que o pesquisador procura descrever a realidade como ela é sem se preocupar em modificá-la²⁴. A pesquisa descritiva visa prover o pesquisador de dados sobre as características de grupos, estimar proporções de determinadas características e verificar a existência de relações entre variáveis²⁵.

Já a pesquisa exploratória, tem como objetivo buscar entender as razões e motivações subentendidas para determinadas atitudes e comportamentos das pessoas. Ela é frequentemente utilizada na identificação de variáveis que devem ser incluídas na pesquisa. A pesquisa exploratória proporciona a formação de ideias para o entendimento do conjunto do problema, enquanto que a pesquisa descritiva procura quantificar os dados colhidos e analisá-los estatisticamente²⁶.

A pesquisa exploratória é utilizada para elevar o conhecimento do pesquisador sobre um tema que lhe é, ainda, desconhecido. É muito útil para gerar questões e/ou hipóteses de pesquisa, e não deve ser utilizada para a tomada de decisões²⁷.

Segundo a teoria norteadora de um estudo descritivo, esta pesquisa foi segmentada em duas partes: pesquisas em fontes secundárias e levantamento junto a leitores da Imprensa diária de Santa Catarina. A escolha desse método de pesquisa deveu-se à necessidade de se obter uma visão inicial sobre a Imprensa, tendo em vista ainda que, com o

²⁴ RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

²⁵ MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

²⁶ MALHOTRA, N. K. **Marketing Research: an applied orientation**. New Jersey: Prentice-Hall, 1993.

²⁷ MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

levantamento junto a uma amostra pré-determinada, é possível uma análise mais profunda do tema.

A seleção do instrumental metodológico está, portanto, diretamente relacionada com o problema a ser estudado, haja vista que tanto os métodos quanto as técnicas devem adequar-se ao problema a ser estudado²⁸. Este tipo de pesquisa tornou-se mais apropriado ao tema ora proposto, por permitir que determinadas questões de interesses amplos tornem-se mais diretas e específicas no transcorrer da investigação.

A pesquisa bibliográfica oferece meios para definir, resolver, não somente problemas já conhecidos, como também explorar novas áreas onde os problemas já conhecidos não se cristalizaram suficientemente, e tem por objetivo permitir ao cientista o reforço paralelo na análise de suas pesquisas ou manipulação de suas informações²⁹.

Importante assinalar que alguns pontos críticos precisam ser considerados em uma pesquisa teórica³⁰:

- Conhecer profundamente os quadros de referência alternativos, clássicos e modernos, ou os teóricos relevantes;
- Atualizar-se na polêmica teórica, sem modismos, para abastecer-se e desentalar-se;
- Elaborar com precisão conceitual, atribuindo significado restrito aos termos básicos de cada teoria.

²⁸ LAKATOS, E. M.; MARCONI M. A. **Fundamentos de Metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

²⁹ *Ibidem*.

³⁰ DEMO, P. **Pesquisa: Princípio Científico e Educativo**. 3. ed. São Paulo: Cortez Autores associados, 1992, p.23.

- Aceitar o desafio criativo de propor a realidade à fixação teórica para que a prática não se reduza à “prática teórica” e, para que a teoria se mantenha em seu devido lugar, como instrumentalização interpretativa e condição de criatividade;
- Investir na consciência crítica que se alimenta de alternativas explicativas, do vaivém entre teoria e prática, dos limites de cada teoria.

Seguindo as orientações básicas de estruturação do pensamento científico, elaborou-se um quadro teórico referencial, de forma a prover a sustentação lógica para a construção da pesquisa. Entende-se como quadro teórico o domínio dos clássicos de determinado tema, que trazem acumulação já feita de conhecimento, as polêmicas vigentes, a cristalização de certas práticas de investigação e o ambiente atual de discussão em torno do assunto³¹. A revisão de literatura teve como objetivo caracterizar, ilustrar e problematizar o tema e, por outro lado, formar uma base conceitual para o trabalho, uma vez que o domínio da bibliografia é fundamental visto que é a base através do qual se toma conhecimento da produção existente.

Os pressupostos de uma pesquisa descritiva encontram-se no “método *survey* - levantamento”, sendo esta, uma pesquisa constituída por uma amostra que se constitui num subconjunto da população, e por ela se estimam as características da população total. Os levantamentos apresentam como vantagens: conhecimento direto da realidade, economia,

³¹ Ibidem.

rapidez e facilidade de quantificação. Como limitação cita-se, ênfase nos aspectos perspectivos e limitada apreensão do processo de mudança³².

As atividades do levantamento foram desenvolvidas, durante o mês de maio a julho de 2004.

6.2 Universo e Amostra

Universo “é o conjunto de elementos que possuem determinadas características. [...] Em termos estatísticos, uma população, pode ser um conjunto de indivíduos que trabalham em um mesmo lugar, ou frequentam um mesmo lugar [...]”³³, como é o caso deste estudo.

Assim, o universo da pesquisa, neste estudo, foi formado pelos leitores da Imprensa diária escrita de Santa Catarina, mais especificamente, leitores dos jornais “Diário Catarinense”, “A Notícia” e o “Jornal de Santa Catarina”.

A amostra de pesquisa foi constituída por 300 profissionais de áreas diversas, leitores da Imprensa diária catarinense, sendo 100 do Jornal “Diário Catarinense”, 100 do Jornal “A Notícia” e 100 do “Jornal de Santa Catarina”. Pois, considerou-se que estes sujeitos estavam mais aptos a fornecerem respostas ao presente estudo, por terem um conhecimento, maior a cerca do tema, considerando-se a matriz dos cursos.

³² GIL, A. C **Técnicas de Pesquisa em Economia**. São Paulo: Atlas, 2000.

³³ RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999, p.103.

6.3 Instrumento da Pesquisa

O instrumento de pesquisa é a forma indicada pelo pesquisador como a pesquisa será realizada. De acordo com o tipo de informação que é desejada, existem inúmeros instrumentos à disposição do pesquisador, além de diversos modos de operacionalização destes³⁴. Cabe ao pesquisador optar por aquele capaz de fornecer uma mensuração da realidade que busca. Um instrumento de coleta deve satisfazer dois critérios para que possa espelhar a realidade pesquisada: a validade e a confiabilidade.

Complementa-se que, o instrumento de coleta de dados é o documento através do qual as perguntas e questões são apresentadas aos respondentes e onde são registrados as respostas e os dados obtidos. Todo o trabalho de planejamento e execução das etapas iniciais do processo de pesquisa se consolida no instrumento de coleta de dados³⁵.

O método de comunicação quanto à forma de aplicação compreende entrevistas e questionários, sendo que, na presente pesquisa utilizou-se o método de entrevista estruturada, caracterizado pela exigência de uma pessoa (entrevistador) que fez a pergunta e anotou as respostas do pesquisado (entrevistado)³⁶. Este é um dos instrumentos de coleta de dados mais utilizados em pesquisas, na atualidade. Nesta pesquisa a entrevista foi pessoal, que consiste no contato direto entre entrevistador e

³⁴ LAKATOS, E. M.; MARCONI M. A. **Fundamentos de Metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

³⁵ MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

³⁶ *Ibidem*.

entrevistado para a obtenção dos dados, sendo este método o mais versátil e ágil.

O roteiro da entrevista do presente estudo procurou dar maior mobilidade ao respondente para que pudesse obter as informações com maior grau de detalhamento possível. Sendo que, as perguntas foram enunciadas de forma sistemática de modo a estabelecer uma classificação organizada a partir das variáveis definidas. O roteiro da entrevista está estruturado para avaliar o nível de satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Estado de Santa Catarina quanto ao aprofundamento das informações abordadas pelos jornais “Diário Catarinense”, “A Notícia” e o “Jornal de Santa Catarina”.

6.4 Limitações da Pesquisa

Quanto as limitações da pesquisa, este estudo limitou-se a pesquisar e analisar somente as informações abordadas pela Imprensa escrita do Estado de Santa Catarina, com base na amostra definida.

Outra limitação, esta relacionada com a disponibilidade de um número ainda reduzido de modelos teóricos referentes ao nível de satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Brasil, no geral e do Estado de Santa Catarina em específico, quanto ao aprofundamento das informações abordadas pelos jornais. Essa situação representa um desafio de estudar uma área ainda não totalmente divulgada e, com poucas referências bibliográficas, mas não impede que se proponham contribuições para novos

estudos.

O presente estudo restringiu-se a trabalhar exclusivamente com os alunos de Jornalismo e profissionais de áreas diversas do Estado de Santa Catarina, os quais constituem a amostra da pesquisa, ficando assim, limitado a conclusões específicas destes grupos. Ao mesmo tempo em que essa situação constitui uma limitação, pode representar uma oportunidade de investigação específica sobre o tema.

7. Estrutura do trabalho

A preocupação em ordenar e esclarecer o tema leva-nos em primeiro lugar, a delimitar com maior precisão possível qual é o nosso assunto. Assim, neste capítulo introdutório, procedem-se a apresentação do tema, justificativa e objetos do estudo. Também são apresentados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa para construção da tese, enfocando a natureza da pesquisa, descrevendo-se o tipo, a metodologia, universo, amostra, instrumento de coleta de dados, o modo de investigação e a perspectiva de análise do estudo em pauta.

Nos capítulos II a VI, apresenta-se referencial teórico que alicerça o presente estudo. Para tanto, considerou-se necessário iniciar pela contextualização da comunicação e informação, para em seguida entrar no foco da Imprensa e Jornalismo. A parte que trata da Imprensa é separada em três momentos: o primeiro resgata a história da evolução da Imprensa a nível internacional, o segundo retrata os principais aspectos da Imprensa no

Brasil e, o terceiro, aborda Imprensa em nível de Santa Catarina. Convém ressaltar, que nestes três momentos, a ênfase é dada ao Jornalismo escrito.

Já o capítulo VII apresenta-se os resultados da pesquisa, realizada junto aos leitores dos jornais “Diário Catarinense” “A Notícia” e o “Jornal de Santa Catarina” e, por fim, no capítulo VIII apresentam-se as conclusões gerais do estudo.

CAPÍTULO I

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO EM PERSPECTIVA

1. Síntese da Evolução da Comunicação Humana

Encarar a evolução da Humanidade sob o ponto de vista de Eras crescentemente mais sofisticadas de comunicação não implica outras questões serem sem importância. Foi a crescente capacidade para comunicar-se perfeitamente que levou ao desenvolvimento crescente de complexa tecnologia, e a mitos, lendas, explicações lógicas, hábitos, e às regras complexas para o comportamento da civilização.

Historicamente podemos observar que, no nível semântico, o termo comunicação foi se modificando, deixando para um segundo plano o significado de partilhar, comungar, passando a ser utilizado com sentido de transmitir. A teoria da sociedade de massa e a correspondente da comunicação representam muito bem essa tendência, que tem na teoria matemática da comunicação, sistematizada por Warren Weaver e Claude Shannon, em 1949, sua expressão mais consistente.

Cabe salientar, que a comunicação também pode ser explicada através das chamadas Teorias da Comunicação uma vez que estas visam

oferecer referenciais úteis para analisar muito mais os efeitos do que a forma, enquanto suporte de informações³⁷.

As Teorias da Comunicação são um estudo interdisciplinar, que forma um conjunto de outras teorias vindas da Sociologia, da Antropologia, da Filosofia e demais conceitos extraídos de outras áreas das Ciências Humanas e Sociais. Isso quer dizer que não estamos diante de uma teoria mais sólida, e sim, de uma abordagem que segue caminhos diferentes, de uma reflexão que passeia por outra seara³⁸.

A teoria matemática da comunicação é, essencialmente, uma teoria sobre a transmissão ótima das mensagens e o esquema do sistema geral de comunicação, proposto por Shanonn, é o seguinte: a transferência de informação efetua-se da fonte para o destinatário, ao passo que a transferência da energia se efetua do transmissor para o receptor³⁹.

O esquema demonstra que, em cada processo comunicativo, deve existir sempre uma fonte da informação, a partir da qual é emitido um sinal, através de um aparelho transmissor; esse sinal viaja através de um canal, ao longo do qual pode ser perturbado por um ruído. Quando sai do canal, o sinal é captado por um receptor, que o converte em mensagens que, como tal, é compreendida pelo destinatário.

A evolução da comunicação humana deve ser mais adequadamente explicada por uma teoria de transições, isto é, explicada em função de etapas distintas no desenvolvimento da comunicação humana,

³⁷ PAVELOSK, Alessandro. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação Digital**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/paveloski-alessandro-teoria-comunicacao-digital.pdf>. Acesso em: 05 de março de 2004.

³⁸ MARTINO, Luiz C; HOHFELDT, Antônio; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

³⁹ WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 3 ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994. p.101.

cada uma das quais teve profundas consequências tanto para vida individual quanto para a coletiva e social. Em suma, essas Eras foram associadas ao desenvolvimento da sinalização, da fala, da escrita, da impressão e da comunicação com os veículos de massa conforme os conhecemos hoje ⁴⁰.

A primeira dessas etapas foi provavelmente a Era dos Símbolos e Sinais, começando bem cedo na progressão da vida, muito antes de nossos ancestrais primitivos. Conforme a capacidade de aprendizagem foi crescendo ao longo de milhões de anos de evolução pré-humana, os sistemas de comunicação baseados em símbolos e sinais sem dúvidas foram ficando cada vez mais elaborados, convencionados, e, de fato efetivados. O que significa que as pessoas na Era de Símbolos e Sinais tinham de manter suas mensagens simples, e tinham de transmiti-las vagarosamente.

Uma mudança radical ocorreu provavelmente uma tanto súbita, quando seres humanos ingressaram na Idade da Fala e da Linguagem, muito recentemente com o súbito aparecimento do Cro-Magnon, uma nova forma de Homo Sapiens. Embora esta conclusão não seja universalmente aceita. As implicações de viver em uma sociedade onde o processo fundamental de comunicação é a fala, não constituem mistério para nós. Haja vista que, ainda hoje, existem sociedades não alfabetizadas e que permanecem na tradição oral. Evidentemente, todas as pessoas vivem atualmente na tradição oral, mas a maioria ultrapassou as limitações dessa etapa ao acrescentar a escrita, a Imprensa e os veículos modernos de comunicação.

⁴⁰ DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKRACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed. 1993.

Foi apenas a cinco mil anos que os seres humanos fizeram a transição para a Era da Escrita. Essa grande ferramenta para o desenvolvimento da capacidade humana foi inventada independentemente em mais de uma parte do mundo. Os chineses e os Maias, especificamente, criaram a escrita de forma independente, mas a mais antiga transição ocorreu com os Sumérios e os Egípcios no antigo Crescente Fértil, onde hoje, são partes da Turquia, Iraque, Irã e Egito.

A par das ferramentas, do fogo, e da própria língua, a escrita alfabética foi uma das mais significativas realizações dos seres humanos. Sem ela, a grande maioria das populações do mundo de hoje ainda seria analfabeta. Grandes movimentos da ciência, das artes, da administração e da religião foram possibilitados pelo fato de as pessoas saberem ler.

Com o desenvolvimento da escrita alfabética, novas formas de transmissão de informações foram desenvolvidas, e um dos fatores novos é que, a partir de então, a História pôde ser registrada em detalhes. As informações podiam então “viajar” mais facilmente, sem necessitar da presença física de um contador, apesar de este ainda hoje ter um papel fundamental em algumas sociedades (podem ser citados os trovadores da literatura de cordel, grupo que ainda produz uma literatura oral principalmente no Nordeste do Brasil). Foram desenvolvidos meios de transportá-las que não necessitassem obrigatoriamente ter o próprio homem como portador e transportador, exemplo disso é a utilização de pombos correio, do telégrafo (código morse), entre outros.

A própria História iniciou-se com os registros escritos, mas isso foi há apenas 250 gerações. Na perspectiva de 70 milhões de anos, é bem

pouco tempo. Bem mais recente, ingressamos na Idade da Imprensa. Pode-se fixar um tempo exato (1455, na cidade alemã de Mainz). Embora aproximações grosseiras da Imprensa possam ser encontradas em épocas mais recuadas da História, o primeiro livro foi produzido por uma prensa que usava tipos móveis fundidos em metal, apenas poucas décadas antes de Colombo realizar sua famosa viagem. Quase da noite para o dia a tecnologia disseminara-se pela Europa toda. De lá partiu para outras partes do mundo e revolucionou a maneira pela qual desenvolvemos e preservamos nossa cultura.

Com exceção de escrever, um dos grandes feitos humanos de todos os tempos foi a criação da impressão. Anteriormente ao século XV, as pessoas reproduziam livros na Europa preparando “*manu ecripti*”, cópia de livros existentes reproduzida à mão. Embora seja verdade que muitos fossem belas obras de arte, o processo amiúde introduzia erros. A impressão trouxe grandes modificações, uma vez que centenas ou mesmo milhares de cópias de um determinado livro podiam ser produzidas com grande precisão. Foi uma invenção que espantou o mundo alfabetizado da época⁴¹.

Finalmente, ingressamos na Era da Comunicação de Massa. Esta foi uma transição que de certa forma se iniciou no começo do século XIX, com o surto de jornais para a pessoa comum e mídia elétrica tais como o telégrafo e o telefone. Todavia, o jornal foi um prolongamento da Era da Impressão, e os outros veículos nunca foram utilizados por uma grande quantidade de pessoas.

⁴¹ Ibidem.

Mais realisticamente, a Era da Comunicação de Massa teve início no começo do século XX com a invenção e adoção ampla do filme, do rádio e da televisão para populações grandes. Foram esses veículos que iniciaram a grande transição por nós continuada hoje em dia.

Os meios de comunicação de massa participam como mediadores do processo educativo informal, atingindo à grande maioria da população nacional, com exceção dos grupos em que permitem acesso a um determinado tipo de conhecimento, acabam transmitindo conceitos e normas ditadas pela estrutura social dominante.

Atualmente, são muitos os indícios de que a pesquisa sobre os meios de comunicação de massa estão se concentrando sob o impulso de uma abordagem sociológica que coloca no centro, a questão das relações entre estrutura social, sistemas de poder e modelos de valores.

Vale destacar que ao abordar questões da comunicação de massa é preciso pensá-las enquanto instrumento de articulação da sociedade. Em outras palavras, a comunicação de massa permite à sociedade ver a si própria por vários ângulos: político, econômico ou simbólico, graças à sua capacidade de alcance.

Esse processo significa também uma contribuição na democratização da informação, dada a divulgação de seus meios: televisão, rádio, jornais e Internet, entre outros. As novas tecnologias já permitem pensar na interatividade dos telespectadores com o meio, transformando-os em produtores da informação.

Em outra visão, desta vez partindo-se da recepção da informação pelo público, da sua leitura, significação e reintegração, nos leva a refletir sobre a possibilidade da criação do novo, do alternativo ou daquilo que pode romper com o “*status quo*”. Neste sentido, vale lembrar-se da Rede Mundial de Computadores – Internet que, criada pelo Pentágono como um sistema de controle da comunicação, foi apropriada pela sociedade, de maneira a facilitar o fluxo de informação, talvez o mais democrático que tenha existido⁴².

Torna-se relevante destacar que a comunicação tornou-se vital diante do regime democrático e da economia internacionalizada que estamos vivendo. Todavia o que não podemos esquecer é que a comunicação é ciência, tem contornos, princípios e teorias⁴³.

Todavia, as teorias de comunicação, assumindo novas conformações e dialogando com novos objetos e linguagens, têm se modificado e adaptado, às demandas da sociedade contemporânea, especialmente na investigação dos fenômenos das novas tecnologias da comunicação e da globalização.

Nesse sentido, essas teorias tentam desempenhar um papel de reflexão sobre as mais variadas formas comunicacionais contemporâneas. Contudo, nota-se que, na tentativa de se desvencilhar de conceitos datados, formulados em situações culturais específicas, elas não têm conseguido criar novas abordagens sem lançar mão, muitas vezes, de conceitos ainda

⁴² DOWBOR Ladislau et al. **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

⁴³ NASSAR, Paulo. **Comunicação Analfabeta**. Revista Brasileira de Comunicação Empresarial. Ano VII. nº 29. 4º trimestre de 1998.

mais antigos e para poder se adaptar à questões novas do universo da comunicação.

Em suma podemos considerar que dois agentes de mudança alteraram sumariamente a comunicação humana, sendo eles, a linguagem falada e a escrita, uma vez que expandiram, sobremaneira, o sistema de comunicação, desempenhando papel fundamental na expansão dos conhecimentos e desenvolvimento humano. No entanto, agora não podemos deixar de lembrar o que está emergindo como uma nova “classe” de linguagem: a linguagem digital, considerada por muitos estudiosos a mais importante modificação na história da Comunicação Humana. Todavia não vamos nos ater a esta forma de comunicação uma vez que o foco da nossa pesquisa é comunicação escrita, através do jornal.

2. Desafios atuais da Comunicação e Mídia

O estudo da comunicação, em termos gerais, tem uma história antiga, mas nunca desfrutou do prestígio popular ou das realizações visíveis de muitas das disciplinas científicas tradicionais.

A comunicação envolve a transferência de significado de uma pessoa para outra. Portanto, envolve um emissor, que transmite uma mensagem, neste caso o jornal, e também um receptor, que a compreende, o leitor⁴⁴.

⁴⁴ ROBBINS, Stephen P. **Administração: Mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

A comunicação, ao contrário da informação, é um processo que ocorre entre pessoas dotadas de razão e de liberdade, entre si relacionadas pelo fato de fazerem parte, não do mundo natural, com as suas regras brutais seus mecanismos automáticos, mas pelo fato de pertencerem a um mesmo mundo cultural. A comunicação é, por conseguinte, um processo dotado de relativa previsibilidade. Da previsibilidade do processo comunicacional depende um dos princípios fundamentais o da intercompreensão.

Contudo, é preciso esclarecer que, apesar de distintas, a dimensão informativa e a dimensão da comunicação estabelecem, no mundo de hoje, complexas e específicas relações entre si, influenciando diretamente no processo educativo.

Modernamente falando, a comunicação não se resume mais no conjunto de instrumentos técnicos que ajudam na conectividade dos seres humanos, ou uma disciplina para especialistas. Tornou-se um gigantesco conglomerado onde telefonia (voz), televisão (imagem) e informática (informação) se articulam para formar o que chamam de infotelecomunicação. De certa forma, não podemos evitar que este conjunto de atividades agigantou-se de maneira fenomenal, adquirindo um papel absolutamente central nas atividades humanas⁴⁵.

Assim, a comunicação pode ser considerada como um processo expansivo e voltado para inclusão de novos elementos significativos, ao

⁴⁵ DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo Edgar; Silva Hélio. **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

passo que a informação é um processo seletivo voltado para a exclusão de elementos definidos como insignificantes.

O campo da comunicação assumiu contemporaneamente um significado estratégico e não meramente instrumental, pois as transformações que ocorrem têm consequências relevantes em várias esferas da sociedade. Até há pouco tempo, a comunicação era compreendida como uma instância de representação do real, de reprodução em nível superestrutural do próprio sistema, como um meio tecnológico envolvido numa malha de relações preexistentes.

Mais recentemente, os meios foram compreendidos de forma mais complexa, como instância construtora de novas formas de sociabilidade na sociedade contemporânea, redefinindo a própria natureza do espaço político⁴⁶.

Eis que a comunicação não só tem sido objeto de substanciais mudanças internas (subordinação da palavra à imagem, transmissões diretas e em tempo real, multimídia etc.), mas também, tem se convertido em um dos setores mais dinâmicos, com profundas repercussões em todas as ordens da vida social.

A cada dia fica mais evidente a interferência da comunicação, na formação do sujeito contemporâneo. No início do século XXI, é comum sublinhar o poder das mídias, quando não denunciá-lo como prepotente, perverso e mesmo perigoso, para o cidadão e a própria sociedade democrática. É preciso dizer, que muitas vezes, a lógica destas críticas

⁴⁶ SANTOS, José Milton. **A democratização da comunicação nos discursos da sociedade civil brasileira** – 1974/1994. Minas Gerais: PUC-MG, 2003.

precisa ser inserida numa estratégia que faz parte de uma luta política empreendida por alguns profissionais do campo político, cujo objetivo é visar midiáticos, os jornalistas, com o intuito de reduzir o seu espaço de autonomia⁴⁷.

Todavia, o que está mudando não é a comunicação, é a sociedade. E a comunicação desempenha um papel-chave nessa transformação. Não é apenas uma área, ou um setor de atividades: é uma dimensão de todos os setores, um vetor intensamente ramificado de transformação social.

Assim, um dos desafios mais essenciais para pensar comunicação na atualidade, sem dúvida, diz respeito à rigorosa compreensão do lugar ocupado pela comunicação, especialmente em sua visão midiática, no mundo contemporâneo.

O entendimento das transformações contemporâneas dos meios de comunicação só é possível dentro das transformações econômicas e geopolíticas do final do século XX. E o fenômeno de maior destaque é a globalização. São transformações que não só atravessam as nações e as regiões, como conformam uma realidade geopolítica global. É uma realidade emergente, mas já perfeitamente perceptível⁴⁸.

Entender essas transformações exige, em primeiro lugar, uma mudança nas categorias com que pensamos o espaço, pois ao transformar o sentido de lugar no mundo, as tecnologias da informação e da comunicação,

⁴⁷ TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo, no Século XX**. Ed. Unisinos, São Leopoldo-RS, 2001.

⁴⁸ BARBEIRO, Heródoto. **Jornalismo, globalismo e a nova estrutura de poder**. Disponível em: <http://www.paremasmaquinas.com.br/art79.htm>, Acesso em: 20 de fevereiro de 2003.

os satélites, a informática, a televisão, estão fazendo com que um mundo tão intercomunicado se torne indubitavelmente cada dia mais opaco. Opacidade que remete, de um lado, ao fato de que a única dimensão realmente mundial até agora é o mercado, que mais do que unir, busca unificar.

Ressalva-se que atualmente o que está unificado em nível mundial não é uma vontade de liberdade, mas sim de domínio, não é o desejo de cooperação, mas o de competitividade. Um mundo assim configurado debilita radicalmente as fronteiras do nacional e do local, ao mesmo tempo em que converte esses territórios em ponto de acesso e transmissão, de ativação e transformação do sentido no comunicar.

No dizer do sociólogo Otávio Ianni, a mídia forma e conforma ou influencia decisivamente mentes e corações de muitos, da grande maioria, em todo o mundo, compreendendo tribos, nações e nacionalidades ou Continentes, Ilhas e Arquipélagos. A sustentação econômica da mídia globalizada se dá cada vez mais pela publicidade⁴⁹.

A mídia desempenha função estratégica primordial enquanto máquina produtiva que legitima ideologicamente a globalização capitalista. Por deter a capacidade de interconectar o Planeta em tempo real, os dispositivos de comunicação conectam, simbolicamente, as partes das totalidades, procurando unificá-las em crenças, valores, estilos de vida e padrões de consumo quase sempre alinhados com a razão competitiva dos mercados globalizados.

Como em outros momentos da História da Humanidade, a comunicação é um elemento básico de qualquer sociedade. A mídia torna

⁴⁹ Ibidem.

essa comunicação possível, pois ajuda à sociedade a compreender as ideias políticas e culturais e contribui para formar a opinião pública e o consenso democrático. A mídia não controla a opinião pública, antes divulga o Jornalismo, que é o ato de contar a uma parte da sociedade o que a outra parte está fazendo. Contribui para formar a opinião pública, mas não tem o controle sobre ela. Nem que queira. Seus comunicadores, geralmente jornalistas e âncoras, são difusores de opinião, e não formadores de opinião. Não são doutrinadores nem condutores de povos. A mídia não lhes dá esse poder.

Ressalta-se que as transformações dos meios de comunicação são provocadas por uma complexa combinação de necessidades e pressões sociais, políticas, mercadológicas e inovações tecnológicas.

Neste processo todas as formas e instrumentos da mídia se reúnem por efeito dos computadores formando um conjunto de sistemas inter-relacionados, que une, ao mesmo tempo, meios de comunicação antigos à mídia moderna. Essa confluência e seus impactos na remodelação das mídias tradicionais, como jornais, rádio, televisão e cinema, irão determinar o tipo e natureza da mídia no século XXI⁵⁰.

Neste contexto, torna-se relevante insistir no estabelecimento de políticas públicas de comunicação, assentadas em mecanismos democraticamente instituídos de regulamentação e de fiscalização. É certo que deverão ser levados em consideração o ritmo acelerado da convergência na multimídia e a irreversível internacionalização. Porém,

⁵⁰ DIZARD JUNIOR, W. P. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

acima de tudo, será necessário refletir sobre as exigências legítimas de supremacia da vontade coletiva sobre interesses privados, o que pressupõe regramentos contrapartidos e salvaguardas das soberanias nacionais.

Todavia, o êxito de tais políticas dependerá de um longo processo de conquistas cumulativas de espaços permanentes no interior das esferas públicas, tanto na sociedade civil como no próprio Estado. Apesar dos grandes desafios presentes e futuros para se inverter gradualmente a atual correlação de forças, acredita-se ser este o caminho possível para se tentar redesenhar o estratégico campo-comunicacional numa perspectiva pluralista.

3. Meios de Comunicação

A onipresença dos meios de comunicação é uma constante preocupação nos dias de hoje e é com certeza o fator determinante da força que a comunicação vem adquirindo em nosso tempo. Depois que o desenvolvimento industrial alterou profundamente a organização social, política e cultural do mundo moderno e intensificou as relações entre os povos e as culturas, o nosso início de século está cada vez mais organizado em função do desenvolvimento às vezes espetacular dos dispositivos da informação.

A informação liga os cinco Continentes, repercutindo instantaneamente através do Planeta, não só os acontecimentos, mas, sobretudo as ideias, os modelos, os estilos e os modos de vida.

A penetração e o impacto dos meios de comunicação sobre a sociedade sempre geraram preocupações quanto às medidas para o seu controle. Isso acontece desde o surgimento da Imprensa até hoje em dia, com a crescente utilização das novas tecnologias, quando ainda se questiona quem deve regular a operação e emissão das mensagens que são produzidas coletivamente. Hoje é impossível pensar a comunicação isoladamente da sua produção pelas mídias ou apenas como produto do desenvolvimento tecnológico.

A questão é essencial para o moderno Estado Capitalista, que procura dissimular seu papel de gestor dos interesses dominantes. Particularmente no que se refere aos meios de comunicação, “a interferência do Estado supera o controle aparente para se firmar onipresente”⁵¹. Isto porque, em última instância, quem decide sobre a operação de qualquer meio é o Estado.

A relação da Imprensa com a sociedade tem vindo a estreitar-se mais e mais, sendo hoje impensável a sociedade atual sem a Imprensa que informa, condiciona e determina muitas vezes sua organização, nos seus fins, as suas políticas, a sua autoanálise e avaliação. Os modelos de comunicação correspondem a diferentes modelos de sociedade.

Cada regime escolhe o seu modelo de comunicação ou é por ele determinado. Um regime político totalitário, por exemplo, é incompatível com uma Imprensa livre. Os fins que um se propõe estão intimamente relacionados com os fins do outro. Faz, por isso, todo o sentido examinar de

⁵¹ MARQUES DE MELO, José. **Para uma Leitura Crítica da Comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1985, p.08.

perto a teleologia da Imprensa, para chegar a um melhor entendimento do quadro teleológico da sociedade.

Os meios de comunicação podem e devem desempenhar um papel central na superação da crise da sociedade hodierna, que é, sobretudo, uma crise de conflitos de valores, apontando os fins últimos e trabalhando em ordem a realizá-los no dia-a-dia. Inicialmente, é preciso recuperar aqueles valores humanos, tão naturais para os nossos pais, como a honra, a fidelidade, a benevolência, a generosidade, a misericórdia, e que com a rápida evolução econômica, social e cultural quase desapareceram do nosso quotidiano.

É preciso que a forma como a Imprensa transmite a informação leve em consideração esses valores, olhando o mundo e o ser humano como realidades dispostas ao bem e à verdade. Ou seja, dito agora do outro lado, é preciso que a informação do slogan, do espetáculo, do escândalo, do mau gosto e da violência, tenha o repúdio dos novos comunicadores, de pessoas lúcidas, com vistas largas aos meios e os fins da comunicação⁵².

Autores como Habermas⁵³ argumenta que a essência dos meios de comunicação de massa está presente em uma espécie de Pedagogia do consumo que se impõe na infância e não abandona os adultos. Nos dias atuais, a futura profissão de qualquer criança é ser um consumidor qualificado. A cultura da integração massiva induz ao seu público uma

⁵² FIDALGO, António. **Introdução à edição do texto da Última Lição do Prof. Manuel Lopes da Silva Universidade da Beira Interior.** Disponível em <http://ubista.ubi.pt/~comum/fidalgo-meios-fins-comunicacao.html>, 2004.

⁵³ HABERMAS, Jurgen. **História y crítica de la Opinión Pública.** Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

mudança de opiniões acerca de artigos de consumo e o submete a uma suave coação do constante exercício consumista.

Tendo em vista essa nova realidade, chega-se à conclusão de que, com a organização vigente da propriedade econômica e do controle dos meios de comunicação, esses meios têm atuado no sentido de consolidar a estrutura de nossa sociedade. O mundo comercial está muito mais interessado em canalizar do que em efetuar mudanças radicais nas atitudes básicas; procura apenas estimular preferências por uma determinada marca de um produto. Sendo assim, os contatos pessoais com aqueles que foram socializados em nossa cultura servem, principalmente, para reforçar os padrões dominantes.

Todavia, não podemos esquecer que os meios de comunicação livres desempenham um papel articulador social e cultural que cristaliza os valores democráticos.

As políticas públicas devem refletir os imperativos democráticos e culturais no novo mundo digital. Para tanto, requer-se um equilíbrio na regulamentação da convergência, respeitando-se o Jornalismo independente, os direitos dos cidadãos em dispor de fontes fidedignas de informações e de qualidade, criando-se condições jurídicas, sociais e econômicas que eliminem os perigos de uma orientação determinada pelo mercado no momento de se elaborar políticas de convergências. Evitando, os perigos de maior concentração dos meios de comunicação e uma influência indevida desses sobre as instituições políticas e a perda do

pluralismo dos valores de bem social, quando os seus novos serviços estão dominados por uma programação comercializada⁵⁴.

⁵⁴ WHITE, Aidan (org). **Convergência – Um Manual para Periodistas y sus Sindicatos**. FIJ, Bruxelas, 1999.

CAPITULO II

A IMPORTÂNCIA E O PAPEL DA INFORMAÇÃO NO CENÁRIO ATUAL

1. Informação

O século XIX é conhecido como o século da História. E o século XX como o do fim da História. Mas a História não acabou. O que mudou foi à ideia de tempo.

A modernidade transpôs as barreiras do tempo natural nas asas dos jatos, transformou tempo em dinheiro e investiu no atual. O passado tornou-se velho, e o velho, obsoleto. A sociedade do consumo, da ciência, da técnica e das mídias promove o presente e perde a memória que floresceu nas comunidades e sociedades tradicionais. A perda da memória coloca a necessidade da História e do trabalho do historiador: lembrar o que os outros esqueceram⁵⁵.

Assim, o papel do historiador, assim como da Imprensa, é fornecer informações à sociedade.

Desde os mais remotos tempos, o homem possui necessidades. Fala-se muito sobre necessidades básicas do ser humano, tais como saúde, segurança, alimentação e habitação. Contudo, pode-se afirmar, com segurança, que a principal é a informação.

Atualmente, passa-se da economia industrial para a economia da informação. A informação é hoje a força motriz na criação de riquezas e

⁵⁵ MARRACH, Sônia A. **Mídias e História: a explosão do presente e a mudança da perspectiva histórica**. In: Desafios da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 278.

prosperidade. O sucesso é determinado pelo que as pessoas sabem, e não pelo que elas possuem.

Já se ouviu dizer que os fluxos de informação, atualmente, tornam-se preponderantes em relação aos fluxos de energia⁵⁶; que a informação é a nova energia do sistema⁵⁷; que passamos de uma lógica da energia a uma lógica da informação⁵⁸; ou ainda, que a informação assume hoje as funções unificadoras das diversas partes de um território em detrimento da energia⁵⁹.

Assim, a discussão sobre o conceito de informação desperta o interesse de muitos autores. Porém, surgem constantemente dúvidas sobre a conceituação de informação e quais seus requisitos básicos para atingir os objetivos.

A informação pode ser considerada um conjunto de formas, condições e atuações para tornar público, contínua ou periodicamente, os elementos do saber, dos fatos, de acontecimentos, de especulações, ações e projetos, tudo isso mediante uma técnica especial feita com este fim e utilizando os meios de transmissão ou comunicação social⁶⁰.

Neste contexto, torna-se necessário distinguir informação e comunicação, atribuindo ao primeiro termo aquilo que diz respeito ao conteúdo e ao papel das mensagens, mais do que ao processo ou aos meios de transmissão. Assim, a informação assume um sentido amplo, do

⁵⁶ DEGA, J. L. **La Conquête Spatiale**. Paris, PUF, 1994.

⁵⁷ BRUNET, R; Dollfus, O. **Geographie Universelle – mondes Nouveaux**. Paris, Hachette/Reclus, 1990.

⁵⁸ ROSNAY, J. **Le Cerveau Planétaire**. Paris, Seuil/Oliver Orban, 1986.

⁵⁹ SANTOS, Souza e Silveira (orgs). **Território: Globalização e Fragmentação**. São Paulo, Hucitec/ANPUR.

⁶⁰ MEDINA, Cremilda. **Notícia – um produto a venda**. São Paulo: Alfa Omega, 1978, p. 78.

indivíduo e de sua vida interior, bem como da vida em sociedade. Tanto num caso como no outro, comando e controle são inerentes à troca de mensagem. A informação é termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido.

A informação é uma realidade relativa que compreende o conjunto dos acontecimentos que ocorrem no mundo e formam os nossos meio ambientes. Assim, a informação está intimamente associada à natureza relativamente inexplicada e inexplicável dos fenômenos. Além disso, esses fenômenos também estão associados ao fato de não serem dominados pela razão humana de ocorrerem no mundo à nossa volta sem aviso prévio, fora do controle e do domínio da liberdade humana e de intervirem de maneira brutal e inesperada.

A natureza do processo da informação não é recíproca e reversível: consiste na transmissão unilateral ou unidirecional de um saber entre alguém que é suposto saber, um destinador, e um ou mais destinatários que são supostos ignorar a mensagem ou o conjunto das mensagens transmitidas⁶¹.

Modernos e sofisticados dispositivos de informação, já há algum tempo, fazem parte do nosso dia-a-dia, definindo novos rumos nas nossas experiências, alargando a esfera de percepção e de intervenção no mundo, elaborando a nossa própria representação da realidade.

Por isso, parece impossível imaginar a nossa vida sem todo esse aparato informacional. O nosso século tornou-se o século da informação.

⁶¹ RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura – A experiência cultural na era da informação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994. p 21.

Contudo, alerta-se para o fato de que não basta um número elevado de fontes ou meios de comunicação disponíveis, o que deve importar realmente é a qualidade da informação em si mesma, que cada veículo ou rede deve garantir.

No entanto, geralmente a informação disponível para que o cidadão comum tome decisões é sempre incompleta e nunca perfeitamente clara, tendo em vista que cada pessoa “deixa passar” falhas e incongruências que não prejudicam o sentido. Pode, no entanto, ser satisfatória, ou seja, permitir ao indivíduo agir sem se dar ao luxo de procurar informação adicional.

Além disso, a qualidade da informação resulta de quando os dados são organizados ou analisados de algum modo significativo. Assim, infere-se que as informações devem ser avaliadas a partir de quatro fatores:

- Qualidade da informação: quanto mais precisa a informação maior sua qualidade e mais segurança transmite ao leitor;
- Oportunidade da informação: as informações fornecidas por um meio de comunicação têm de estar disponíveis ao leitor interessado no momento certo;
- Quantidade de informação: somente o essencial para expor o assunto, sem carregar demais o texto;
- Relevância da informação: a informação deve ter relevância para os leitores⁶².

⁶² STONER, James A. F. & FREEMAN, R. E. **Administração**. São Paulo: PHB, 1999.

Assim, pode-se dizer que a informação, para ser útil deve ser precisa, completa, flexível, confiável, relevante, pontual, verificável, acessível e segura, uma vez que, uma informação que não seja de alta qualidade pode gerar equívocos e transtornos.

Todavia, com o ritmo acelerado na chegada e divulgação das notícias, em tempo real, deixa uma margem bem estreita de tempo para quem transmite verificar, aprofundar e compreender os acontecimentos ao mesmo tempo em que deixa pouca margem de tempo para quem recebe a informação, compreendê-la e exercitar uma crítica sobre sua forma, seu conteúdo ou suas consequências.

Um meio de considerar a informação é avaliá-la em termos das características que são importantes. Assim, os atributos de uma informação importante são:

Tabela 1 – Atributos da informação

Dimensão de Tempo	Dimensão conteúdo	Dimensão Forma
A informação é fornecida quando necessário.	A informação está livre de erro;	A informação é fornecida numa forma de fácil compreensão
A informação é atualizada quando fornecida	Toda informação necessária é fornecida	A informação pode ser fornecida em detalhes ou resumida
A informação é fornecida para o passado, presente e futuro.	Somente a informação necessária é fornecida.	A informação pode ser apresentada em forma de narrativas, numéricas ou espaciais.

Fonte: Adaptado (DAFT 1999).

Em suma, a informação deve ser clara, concisa e relevante. No mundo cada vez mais complexo de hoje, em que a habilidade para tomar decisões rápidas e inteligentes é uma necessidade absoluta para a

sobrevivência, a qualidade da informação tem adquirido importância significativamente maior. E neste contexto a Imprensa assume um papel preponderante como fonte de disseminação da informação.

No universo da informação, o que surgiu primeiro como característica importante, é que na atualidade a informação é considerada essencialmente uma mercadoria. Não é um discurso que tenha vocação ética de educar o cidadão ou de informar o cidadão, uma vez que tem essencialmente e, antes de tudo, uma perspectiva comercial. Haja vista que se compra e vende-se informação com o objetivo de obter lucros. Esta é uma lei importante, uma vez que a informação não se move em função das regras da informação, o que faria da verdade, uma referência, mas em função das exigências do comércio, que fazem do ganho, ou do interesse, o imperativo supremo.

Também são perceptíveis na qualidade da informação e nas diferenças dos fluxos informacionais e culturais, em que é evidente a deterioração no que se refere aos países pobres ou em vias de desenvolvimento, cujos diversos patrimônios intangíveis como culturais, físicos, institucionais, laborais, sociais, legais são muitas vezes deslocados, distorcidos ou até mesmo ignorados. Os erros e a precariedade de dados sobre países pobres deteriora aquilo que por muitos é denominado de informação socialmente necessária, e que são um obstáculo para o desenvolvimento.

Outro aspecto relevante da informação é que esta não se estoca, embora o linguajar comum possa adotar expressões como “estoque de informação, armazenamento de informação” e outras metáforas semelhantes

que, a rigor atrapalham uma correta compreensão do fenômeno. O que se pode guardar ou estocar são suportes materiais contendo dados, nas formas de sinais registrados ou gravados, que serão informações se e quando postos numa relação comunicativa⁶³.

Todavia, o crescimento da chamada indústria da informação, tende a provocar uma distorção: a saturação do consumidor diante do universo de milhares de informações, muito maior do que o que ele pode processar⁶⁴. Consequência natural dessa emissão excessiva de conteúdos é a neutralização de informações: muitas notícias se perdem devido à saturação dos consumidores e dos meios.

Como visto, a informação é um dos conteúdos da comunicação social ou interpessoal que pode contribuir tanto para a produção de um conhecimento independente, quanto para a reprodução de um sistema de valores ideológicos, a depender da natureza da comunicação estabelecida entre os participantes. Pode influenciar, também, sobremaneira, a prática jornalística, foco que é abordado na seção a seguir.

2. Perspectiva da comunicação, informação e da cultura

Assim, como o aparecimento da fala deu a nossos primitivos ancestrais uma vantagem sobre os seres humanos anteriores, o sucessivo surto da escrita, da impressão e da comunicação contemporânea deu aos

⁶³ DANTAS, Marcos – **Lógica do capital-informação**: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais. Rio de Janeiro, Contraponto, 1996.

⁶⁴ SERVA, Leão. **Jornalismo e Desinformação**. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

seres humanos das ulteriores Eras, relevantes vantagens sobre seus antecessores. Assim, na medida em que cada Era fundiu-se na seguinte, o pensamento do homem tornou-se mais elaborado e a cultura crescentemente complexa.

Hoje estamos diante de uma profunda reconfiguração das culturas, que respondem não somente à evolução dos dispositivos de dominação, mas também à intensificação de sua comunicação e interação com outras culturas de cada país.

Não é pelo fato de a informação ter se tornado transnacional que passamos necessariamente todos a partilhar uma mesma visão de mundo e a partilhar uma mesma representação da realidade.

Neste mesmo sentido o pesquisador belga Armand Mattelart fala de uma “revanche da cultura” em que a cultura de raízes locais não teria sido sufocada, como muitos haviam previsto, mas resistiu e estaria se apoderando das próprias tecnologias e envergando os dispositivos políticos que muitos imaginaram, em algum momento, poder sufocar as manifestações nacionais e regionais em benefício do internacional e do mundial. Essa nova perspectiva anuncia que não são os meios de comunicação que importam, nem as tecnologias, mas os processos de comunicação nascidos e modificados no seio de determinada cultura.

Erram, portanto, os que absolutizam o impacto cultural dos meios e dos processos de informação, vendo neles tão somente recursos de dominação ou de manipulação. A comunicação inserida na cultura e dela decorrente carrega as contradições do próprio fenômeno cultural, em si complexo e contraditório. Os meios de comunicação não

produziram ou mudaram a cultura, mas estão sendo - eles próprios - produzidos e conformados pela cultura⁶⁵.

Nos últimos anos, pesquisadores sociais começaram a pensar que o êxito e o fracasso dos povos para se renovarem culturalmente, estão estrategicamente ligados às dinâmicas e aos bloqueios na comunicação: seja associando os processos de modernização dos países à revolução das tecnologias comunicativas por sua incidência sobre a reconversão industrial, a renovação educacional, a nova cultura organizacional ou descentralização política. Assim, a comunicação é percebida, em todo caso, como o cenário cotidiano do reconhecimento social, da constituição e expressão dos imaginários a partir dos quais as pessoas representam aquilo que temem ou que têm direito de esperar, seus medos e suas esperanças.

Os meios de comunicação começaram assim a fazer parte decisiva do modo como percebemos outros povos. O que significa que neles não apenas se reproduz ideologia, mas também, se faz e refaz a cultura das maiorias, não somente se comercializam formatos, mas recriam-se as narrativas nas quais se entrelaça o imaginário mercantil com a memória coletiva⁶⁶.

Foi na década de oitenta que a comunicação se projetou ao encontro da cultura, revelando assim a própria dimensão cultural da comunicação que permitiu descobrir a íntima articulação existente entre os fatos comunicacionais locais e os fatos comunicacionais internacionais. A nossa pretensão aqui é argumentar que, apesar da percepção da realidade

⁶⁵ SOARES, Ismar de Oliveira. **Sociedade da Informação ou da Comunicação?** São Paulo: Cidade Nova, 1996. p.42

⁶⁶ MORAES, Denis de (org). **Por uma outra Comunicação.** Rio de Janeiro, Record, 2003.

ter se tornado um produto tecnicamente elaborado pelas mídias, cada um de nós continua, no entanto, a interpretá-la no quadro da experiência espontânea de sua própria cultura.

Não é pelo fato de todos recebermos as mesmas notícias através das redes planetárias de satélites que a comunicação necessariamente aumenta as diferenças, mas as diminuem. Sabemos que cada um dos destinatários recebe somente uma pequena parcela da informação disponível que circula pelo mundo multimidiático, que é interpretada de acordo com cada cultura. É essa defasagem entre a dimensão informativa e a experiência comunicacional que explica a contradição entre a planetarização da informação midiática e o exacerbamento dos conflitos que emergem hoje um pouco por toda parte. Tudo leva a crer que, quanto mais se universalizam os fluxos informativos, mais os particularismos culturais se manifestam, com a generalização do confronto e do conflito das interpretações.

Assim, a comunicação aparece como parte de um território sem fronteiras bem como da realocização que acarreta as migrações sociais e as fragmentações culturais da vida urbana; do campo de tensões entre tradição e inovação, entre a grande arte e as culturas dos povos; do espaço em que se redefine o alcance do público e o sentido da democracia. Perspectiva esta da qual devem ser colocados e compreendidos processos que nos desafiam diariamente. No entanto, o fenômeno de massificação cultural não é fortuito, é condição necessária à sobrevivência ou ao prolongamento da existência das estruturas sócio econômicas geradas pelo desenvolvimento

capitalista. Sendo que os meios de comunicação são meros instrumentos, não são geradores das estruturas, mas resultado delas, servidores delas.

Todavia, o processo da evolução, social e cultural não está de maneira alguma encerrado. Continuamos a desenvolver nossa capacidade de comunicação através dos progressos das sociedades. Uma vez que ao mesmo tempo, que as próprias sociedades completamente estáveis; os costumes do passado modelam os padrões sociais do futuro⁶⁷. Adotam-se novidades; conflitos surgem e são resolvidos; surgem movimentos sociais trazendo perspectivas novas; problemas sociais aparecem e são encarados; e a ordem social é modificada conforme cada uma dessas influências. Haja vista que nenhuma geração é exatamente igual à que precedeu, seja psicologicamente ou em função das características sociais e culturais.

3. Informação, Imprensa e Poder

Há quinhentos anos dizia Maquiavel: “governar é fazer ver”. Hoje, mais do que nunca, essa frase sábia continua a convencer os governantes que precisam utilizar a informação para persuadir o povo e legitimar-se diante das massas. Todo poder é político e precisa de visibilidade, necessita institucionalizar-se como expressão do todo social, e, por isso, precisa da Imprensa.

É sabido que não há poder sem informação nem informação sem poder. Ambos estão historicamente relacionados. Desde 1440, quando

⁶⁷ DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKRACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed. 1993.

Gutenberg inventou a tipografia e permitiu a impressão em massa, a informação vem sendo utilizada como instrumento de luta pelo poder. A invenção da Imprensa, de fato, coincide com a criação das nações e do Estado moderno e, com o exercício do poder não apenas de forma coercitiva, pelo uso da força, mas por meio de formas mais sutis de coerção e de persuasão. A partir de então, a informação esteve sempre ligada à luta pelo poder⁶⁸.

Haja vista que a Imprensa seleciona e processa a informação para torná-la disponível o mais depressa possível. Sendo que esta seleção lhe dá controle do fluxo de informação que circula pela sociedade. Os pontos de controle estão em todos os níveis, indo desde o repórter que seleciona os fatos, ao editor que decide o que eliminar ao *cameraman* que escolhe para onde apontar a câmara e ao editor de vídeo. Em nenhuma outra parte esse processo de seleção é tão difícil como na atividade jornalística.

Geralmente quem domina a informação tem poder. Com esta afirmação é possível observar que a questão da liberdade de Imprensa não se restringe ao aspecto legal. E isto é mais claro, quando se verifica a complexidade em que estão transformando os meios de comunicação e a tendência da concentração oligopolística da informação, do saber, da ciência e da tecnologia⁶⁹.

Caracteriza-se assim, uma íntima vinculação dos meios de comunicação com todos os tipos de poder (econômico, político, cultural) por sua capacidade de gerar maior conhecimento e riqueza.

⁶⁸ MOTTA, Luiz Gonzaga.(org.). **Imprensa e Poder**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

⁶⁹ ABRAMO. Cláudio. **A regra do Jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

Todavia, isso não quer dizer que a Imprensa tenha sido, historicamente, apenas um instrumento nas mãos do poder e que não tenha havido Imprensa independente do poder. Quer apenas dizer que todo governo, como expressão de um poder, fez e continua fazendo uso da Imprensa e de outras formas de persuasão para criar melhores condições de governabilidade⁷⁰.

Vale refletir se a verdadeira questão não é perguntar se os meios de comunicação são livres para dizer o que querem, mas para quem, como, com que objetivos e consequências os inevitáveis problemas são exercidos.

Apesar desse vínculo orgânico com o poder, a Imprensa foi, e ainda é, igualmente, um dos instrumentos principais da oposição e da resistência política em qualquer época. Em todos os regimes políticos, a Imprensa foi uma arma na difusão das visões opostas àquelas do poder instituído. Da mesma forma que a Imprensa é uma instituição historicamente vinculada à vigilância pública pelo poder em exercício, para a manutenção e a reprodução da ordem instituída, ela é um instrumento do exercício da democracia. Haja vista que, é por meio da Imprensa, seja ela burguesa ou popular ou popular alternativa, que as queixas e as reivindicações populares se expressam, ainda que muitas vezes sem a consistência e a permanência das visões dominantes⁷¹.

A UNESCO reconhece que os meios de comunicação constituem fonte de poder cultural considerável, que poderia inclusive chegar a controlar tanto o poder econômico quanto o político.

⁷⁰ MOTTA, Luiz Gonzaga.(org.). **Imprensa e Poder**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado

⁷¹ Ibidem.

E, adverte que as consequências disso podem ser tão graves para a liberdade dos indivíduos e da vida das sociedades quanto mais a informação e o progresso pelo qual se transmite poder ser objeto de manipulações diversas.

Pode-se afirmar que os meios de comunicação têm um papel destacado na possibilidade de manipular uma população semialfabetizada e ignorante. Porém, não se deve imaginar que esta é uma tendência tipicamente brasileira. No mundo todo, se não houver algum tipo de regulamentação, inevitavelmente ocorrerá o oligopólio, o que para alguns, significa a possibilidade de maiores investimentos na área de comunicação. Como exemplo, cita-se o México, a Itália e a própria França, países com características de forte participação da sociedade na discussão de interesses nacionais. Não podemos esquecer que desde tempos muito remotos as ferramentas do poder sempre foram o dinheiro, a violência e a informação.

Assim, é considerado natural que se estabeleça um conflito entre interesses, o que acarretará implicações institucionais; implicará uma constante intervenção pública e, principalmente da sociedade⁷².

No entanto, a possibilidade da concentração dos meios de comunicação pode ter limitações próprias decorrentes dos avanços tecnológicos, com uma oferta de informação em expansão e o natural incremento dos padrões de educação.

⁷² TOFLER, Alvin. **Informação e Poder**. Folha de São Paulo: São Paulo, 15 de outubro de 1991.

Entretanto, será ingenuidade acreditar que os grupos em disputa por um mercado em expansão, irão condicionar seus interesses aos interesses da sociedade, notadamente em países com fortes desequilíbrios. A mídia é uma indústria e seu produto é a informação.

Todavia, a responsabilidade social luta contra os pressupostos da indústria da informação, levanta o pessimismo latente que será a nota constante de correntes teóricas, e quer garantir a todo custo uma proteção a essa massa de consumidores da informação⁷³.

A democratização da comunicação é, antes de tudo, uma questão de cidadania e justiça social, que integra o direito humano à informação e à comunicação. Cabe dizer que é consubstancial as vidas democráticas da mesma sociedade, cuja vitalidade depende de uma cidadania devidamente informada e deliberante para participar e responsabilizar na tomada de decisão dos assuntos públicos.

Nos últimos tempos, sem exceção, esta aspiração democrática tem sido seriamente debilitada pela hegemonia neoliberal que, ao colocar o mercado como eixo do ordenamento social, pretende confiscar as democracias, anulando todo sentido de cidadania. Além disso, a comunicação passou a se constituir em suporte chave dessa dinâmica. Tanto é assim que, apoiando-se no acelerado desenvolvimento de tecnologias e técnicas, os poderes estabelecidos apontam para convertê-la em paradigma de futuro, sob a fórmula de “sociedade da informação” ou qualquer outra equivalente.

⁷³ MEDINA, Cremilda. **Notícia** – um produto a venda. São Paulo: Alfa Ômega, 1978.

Destaca-se também, que a informação passa por constantes processos de aprimoramento e modificação, o que resulta numa permanente reavaliação, com maneiras diferentes de difundi-la, quanto à forma e conteúdo. Ao nos referirmos à notícia, constata-se que esta deixou de ser entretenimento para se tornar uma necessidade.

A informação hoje tem importância vital. Nós vivemos dela. Neste ambiente, notícias não são entretenimento - são necessidades. Precisamos delas - e precisamos que sejam de alta qualidade⁷⁴.

No mundo globalizado, temos muito mais necessidade de seguir e acompanhar os processos do que de tomar nota dos acontecimentos. É o mercado, como fundamento moral, que orienta a pauta e a linha editorial da mídia. Assim, há que se considerar que também se passa por um processo excludente. Mais e mais, a informação requer tecnologia e pelo menos, num primeiro momento, esta rede de informação ficará restrita a setores da sociedade, quer sejam universidades, institutos de pesquisas, grandes empresas ou quem possa pagar por estes serviços.

Muitas inovações são altamente positivas, o que indica uma tendência ou mecanismos que permitam uma democratização da informação. E, não se pode esquecer que um dos fundamentos da democracia encontra-se no respeito ao cidadão, encarando-o como um ser humano, dando-lhe ampla liberdade de buscar a plena realização pessoal, de acordo com seus interesses. É o único regime político que assegura ao

⁷⁴ CRICHTON, Michael. **O Parque do Mediassauros**. Folha de São Paulo: São Paulo, 22 de janeiro 1995.

indivíduo o direito de participar ativamente de todos os processos sociais, econômicos, culturais e, sobretudo, políticos⁷⁵.

Na mesma tendência de difusão de meios de comunicação, há a proliferação de Bancos de Dados on-line, o surgimento do CD ROM, a denominada realidade virtual. Instrumentos estes que possibilitarão acesso direto à informação, à fonte primária, com conseqüente fim do monopólio da mídia e um mercado de altíssima qualidade⁷⁶.

Por oportuno, destaca-se a chegada ao Brasil da Internet Comercial, uma rede mundial com mais de 40 milhões de usuários, com crescimento diário que possibilitará acesso às mais variadas fontes de informação de qualidade disponíveis no mundo. Interessante também observar, possíveis conseqüências do advento destes novos mecanismos de acesso à informação.

Afirme-se neste ponto, que não se trata de estabelecer uma leitura sobre estas questões de forma simplista ou até ideológica. Hoje, o conceito de fronteiras, em especial, para a informação, foi revisto. Todavia, torna-se relevante uma reflexão sobre o aprimoramento da democracia e dos meios de comunicação.

Uma vez que as empresas jornalísticas gravitam na órbita do poder, podendo até ser considerada por muitos como o próprio poder. Daí ser possível entender um pouco, as contradições entre as disposições constitucionais, as legislações especiais que garantem a livre informação e o controle por parte do Estado, notadamente nos países do Terceiro Mundo.

⁷⁵ PEREIRA, Moacir. **Comunicação e Liberdade** Florianópolis: Lunardelli, 1979.

⁷⁶ CRICHTON, Michael. **O Parque do Mediassauros**. Folha de São Paulo: São Paulo, 22 de janeiro 1995.

Nesse quadro, a liberdade de Imprensa só é usada pelos donos da empresa⁷⁷.

Assim, quando se questiona o poder dos meios de comunicação, o poder de desinformação da mídia, não se pretende duvidar da capacidade empresarial de muitos proprietários ou até mais: não se quer estabelecer restrições à liberdade de informação, mesmo porque a livre informação é fruto do desenvolvimento das liberdades individuais.

É preciso usar as garantias de livre manifestação das ideias em consonância com a realidade. A nossa realidade, por mais heterogênea que possa ser. Nesta hora, nos valem as palavras de Rui Barbosa, “todo o poder que se oculta, perverte-se“. Assim, a busca da liberdade de informação está no próprio aprendizado da democracia.

⁷⁷ CARTA, Mino. **A Imprensa Brasileira é a pior do mundo**. Muito +, ano VI, março/1999.

CAPITULO III

IMPrensa MUNDIAL

1. Imprensa: Aspectos Conceituais

Uma sociedade é construída a partir de vários elementos que interagem em um mesmo espaço físico e temporal, representa um contexto multilinear, onde novos objetos são apresentados a todo o momento, muitos incorporados e outros rejeitados. Um destes objetos é a Imprensa, que abordando a sociedade como um conjunto, permite que o cotidiano, enquanto dimensão privada da vida social caia no domínio público⁷⁸.

Assim, é imprescindível a compreensão da palavra Imprensa, e o que especificamente engloba tal conceito.

A Imprensa pode ser definida como

O meio de comunicação de massa formado pelos conjuntos de publicações periódicas (jornais e revistas) que divulgam informações, imagens e opiniões sobre o que acontece na cidade, no país e no mundo, de interesse para indivíduos e comunidades⁷⁹.

⁷⁸ ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **Vida Capichaba**: o retrato de uma sociedade 1930. Disponível em: <http://www.anpuhes.hpg.ig.com.br/ensaio>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2004.

⁷⁹ GARSCHAGEN, Donaldson. **Nova Enciclopédia Barsa**. São Paulo: Enciclopédia Britânica do Brasil Publicações. 2000, p.35.

A Imprensa também é entendida como a “publicação de jornais, revistas e periódicos, como também a difusão de notícias faladas ou visualizadas”⁸⁰.

Diante de tais conceitos, focar-se-á a palavra Imprensa como meio de comunicação, falado (rádio), escrito (jornais, revistas, periódicos), televisionado (televisão) e on-line (internet), que divulgam informações, imagens, opiniões de interesse dos indivíduos e das comunidades. Compreende o conjunto dos jornais, dos jornalistas e dos meios de divulgação de notícias.

A Imprensa é constituída por um grupo de jornalistas profissionais, que têm o poder de fazer a cabeça de milhões de pessoas, e que, ao mesmo tempo é identificado por profundas semelhanças no que se refere às suas experiências, nível de instrução, valores, ideais etc. Isso transforma a Imprensa numa instituição, integrada, coesa e fechada.

A história da Imprensa está diretamente ligada à evolução das sociedades. O jornal impresso é talvez, o veículo que possui relação mais estreita com os acontecimentos e transformações sofridas por uma dada sociedade. Mesmo porque, é desses fatos que vivem um jornal. Assim, ressalta-se que o presente estudo privilegia somente parte da Imprensa escrita, o Jornal.

⁸⁰ SOIBELMAN, Leib. **Enciclopédia do Advogado**. 5 ed. Rio de Janeiro: Thex: 1994, p.191.

2. Metáfora da Imprensa como Quarto Poder

Desde os primeiros momentos de gestação da sociedade moderna, a Imprensa foi vista como um recurso fundamental para romper o monopólio de poder exercido pelas Monarquias Absolutistas. Contra o Estado Autocrático que se escorava na força, na censura e no segredo para submeter os súditos, os jornais representavam as luzes que viriam debelar as trevas da tirania pelas práticas da informação, da fiscalização e da transparência.

Quando, porém, o Absolutismo foi suplantado e se instalaram os primeiros regimes liberais, a situação estava longe de ser luminosa. A Imprensa logo se tornou ela mesma um instrumento de manipulação, distorção e corrupção política⁸¹.

Imprensa, em sua concepção real, encontra-se umbelicalmente ligada a três valores essenciais: Democracia, Liberdade e Responsabilidade. Por certo existem jornais, jornalistas, meios de comunicação e até avançada tecnologia em países e regimes onde não vigem, temporária ou definitivamente, um ou nenhum desses valores. Imprensa, assim, neles não haverá, mas apenas ficção de Imprensa, rótulo de Imprensa ou meia-Imprensa. Jamais Imprensa na sua integralidade⁸².

Contudo, salienta-se que a Imprensa está integrada por estes três componentes, mas não em forma fragmentada e também não parece que

⁸¹ SAVCENKO apud KUCINSKI, Bernardo. **A Síndrome da antena parabólica – ética no jornalismo brasileiro**, São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

⁸² CHAGAS apud PEREIRA, Moacir. **Comunicação e Liberdade** Florianópolis: Lunardelli, 1979.

um dos produtos seja mais importante que os outros, ainda que os da equipe jornalística gostem de acreditar na supremacia de seu produto sobre o espaço publicitário e sobre o ideológico. Isto não passa de uma ilusão, ou de um delírio de grandeza que na maioria das vezes, choca contra a dura realidade empresarial.

Muitas vezes a Imprensa favorece uma distorção da realidade pela integração da publicidade e da literatura, em contraposição do beletismo. O jornal incorpora essa forma de apresentar a realidade. O mundo criado pelos meios de comunicação de massa só na aparência ainda é esfera pública, mas também a integridade da esfera privada, que ela, por outro lado, garante a seus consumidores, é ilusória.

Através desses mecanismos, até a esfera pública se torna privada na compreensão do público. Eclode uma atitude de sentimentalismo em relação às pessoas e de cinismo em função das instituições, obstruindo a capacidade crítica. Dessa forma, processa-se a transformação de um público pensador de cultura em público consumidor de cultura, que é por definição uma cultura integradora, tanto de informação como de raciocínio.

Nas democracias liberais, a Imprensa tem sido chamada de *quarto poder*, um poder além do Executivo, do Legislativo e do Judiciário, porque expressa um poder independente de todos eles, um poder autônomo exercido em nome do povo. Nesse caso, a Imprensa é identificada como um baluarte da vigilância democrática e da resistência aos abusos dos governos autoritários⁸³. Ela é tomada, por delegação implícita da sociedade, como

⁸³ MOTTA, Luiz Gonzaga.(org.). **Imprensa e Poder**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

instrumento de defesa popular contra as injustiças, ilegalidades e ilegitimidades.

Assim, a Imprensa seria o instrumento de desconfiança e de cobrança pública, para impedir que a política seja apenas uma ação em defesa de interesses particulares, contrários aos interesses gerais da sociedade, principalmente nas complexas sociedades contemporâneas, onde as pessoas comuns se sentem distantes e impotentes para exercer os seus direitos de cidadãos. Todavia, se a Imprensa exerce democraticamente esse quarto poder, representando todos os grupos sociais, é uma questão que só o exame de cada circunstancia poderá responder.

A Imprensa chamada de quarto poder é um serviço de utilidade pública. É ou seria, teoricamente, um poder fiscalizador, olhos e vigia da sociedade, e a liberdade de Imprensa, por essa razão, é uma das maiores conquistas que alcançamos nos últimos anos, em meio a muitas derrotas⁸⁴. Como serviço de utilidade pública, a Imprensa deveria ter o compromisso primeiro com o crescimento cultural dos leitores; deveria prestar apoio ao sistema educacional, contribuir para o exercício do pensamento, da reflexão e do debate.

Entre as crenças que levam a sociedade a considerar a Imprensa como o “quarto poder” está aquela, já secular, que atribui aos jornalistas a exclusiva capacidade de decidir o que publicar ou deixar de publicar. E assim seria, se levássemos ao pé da letra a concepção legal e ética da

⁸⁴ CARVALHO, Kátia de. **Imprensa e informação no Brasil**, século XIX. Revista Ciência da Informação – Vol. 25, número 3, 1996.

liberdade de Imprensa, originada na primeira emenda da Constituição Americana.

Trata-se de um preceito que as Constituições dos países democráticos também assumiram, com variados graus de aproximação, assim resumível: nada pode ser feito que dificulte ou iniba a liberdade de Imprensa. Está também na Constituição brasileira.

Todavia, é possível inferir que a Imprensa já foi considerada o quarto poder. No entanto, os grandes grupos de comunicação não podem mais, serem considerados aliados da sociedade, uma vez que aderiram ao sistema neoliberal. Não se trata mais de oferecer informações aos cidadãos, mas de vender cidadãos aos anunciantes. Pois, 92% de todas as notícias internacionais presentes nos jornais de todo o mundo vêm de apenas três agências. Além disto, os fluxos de informações são sempre de Norte a Sul e nunca de Sul a Sul, porque as grandes agências que abastecem as mídias locais são parte de um sistema que reforça o modelo de dominação financeira neoliberal⁸⁵.

Entretanto, a ação da mídia não quer dizer que o leitor, ouvinte, espectador, público é inerte, passivo. Mas é preciso destacar, que os meios de comunicação, informação e análise organizados na mídia e na indústria cultural agem com muita força e preponderância no modo pelo qual se formam as consciências pelo mundo afora. Na verdade, a sofisticação da tecnologia de persuasão, no último meio século, modificou as velhas regras de comunicação humana.

⁸⁵ RAMONET apud MARCONDES, Adalberto. **Imprensa, um poder decadente**. Disponível em: <http://www.ipsnews.net/fsm2003/28.01.2003/nota21.shtml>. Acesso em: 04 de abril de 2004.

Desta forma, cabe aos leitores uma análise pessoal sobre os temas e a forma como a Imprensa os aborda. Com isto pode-se ter uma visão objetiva dos mecanismos que levam a Imprensa a ser falha e descobrir formas de pressão para conseguir meios mais democráticos.

Na defesa de uma posição independente e, portanto considerada democrática, está o discurso da própria Imprensa em torno do cânone da objetividade jornalística. É a Imprensa como instituição que continua defendendo uma posição própria de imparcialidade no jogo político, de neutralidade e de distanciamento na observação e no relato dos eventos públicos. Uma vez que, são os próprios jornais que muitas vezes impõem uma posição ideologicamente independente na cobertura dos fatos, reivindicando uma atitude profissional do Jornalismo moderno.

Essa modernidade da Imprensa pode ser considerada um passo à frente do velho Jornalismo engajado do início do século XX. Para superar e abandonar de vez a militância e a parcialidade doutrinária, a Imprensa assim assumiria um posicionamento epistemologicamente neutro e objetivo na observação e na análise da realidade política, modernidade esta que corresponderia a uma atitude profissional, enquanto que a atitude profissional significaria uma cobertura jornalística íntegra, transparente, equilibrada. Neste contexto a Imprensa assume a si mesma como o quarto poder, assume a si mesma como legítima representação neutra da vigilância política democrática⁸⁶.

⁸⁶ MOTTA, Luiz Gonzaga.(org.). **Imprensa e Poder**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

Até por que, a Imprensa é um poderoso instrumento na medida em que atua no mesmo nível ético de instituições permanentes como governo, a escola, a igreja, as associações comunitárias, as profissões liberais, as organizações locais, nacionais ou internacionais dedicadas ao bem comum. Ela serve melhor o público se conseguir incorporar os padrões morais da sociedade. Haja vista que a opinião pública se orienta, muitas vezes decide e quase sempre raciocina, não pelas coisas em si mesmas, mas pelas feições que lhes damos, pelas imagens que os veículos de comunicação lhes atribuem.

3. Datas e eventos importantes da Imprensa Mundial

Inicialmente, apresenta-se a cronologia da Imprensa escrita no mundo⁸⁷, evidenciado de forma breve, ano a ano, os principais fatos que marcaram a história da Imprensa⁸⁸. E, a seguir, discorre-se sobre alguns deles.

59 a.C. - Surge em Roma o primeiro noticiário o Acta Diurna.

1438 - 1440 - O alemão Johann Gutenberg inventa a tipografia. Sua prensa usa tipos móveis de metal em relevo que retêm a tinta, tornando possível a reprodução de um texto com base na impressão dos mesmos caracteres.

⁸⁷ No Anexo I Encontra-se a cronologia completa, extraída do Museu Virtual da Imprensa. In www.imultimedia.pt/museuvirtpress/port/hist/1300/1300.html.

⁸⁸ ALAMANAQUE ABRIL. **Imprensa Escrita- Cronologia da imprensa mundial.** Disponível em <http://www.paremasmaquinas.com.br/histrevmund.htm>, 1996. Acesso em: 15 de maio de 2004.

1454 - Gutenberg e Fust publicam as Cartas de Indulgências de Nicolas V - edição a 30 linhas; e Gutenberg com Peter Schöffer publicam as mesmas cartas em edição a 31 linhas.

1455 - Gutenberg termina a impressão da Bíblia de 42 linhas, obra atribuída principalmente a Gutenberg, primeiro livro impresso tipograficamente.

1457 - Fust e Schöffer imprimem o "Psautier de Mainz", sendo esta a primeira obra tipográfica com o lugar, a data e a assinatura dos impressores que a fizeram.

1457/60 - Impressão da Bíblia de 36 linhas atribuída a Gutenberg.

1457/58 - Impressão do Missal de Constance no missal especial atribuído a Gutenberg.

1460 - Impressão, em Mainz, do "Catholicam de Balbi" atribuída a Gutenberg, embora não contenha o nome do impressor. Trata-se de uma enciclopédia célebre na Idade Média.

1461 - Albert Pfister e Edelstein de Ulrich Boner imprimem a primeira obra alemã ilustrada com gravuras em madeira.

1462 - Fust e Schöffer imprimem a Bíblia Sacra-Latina com colofon e marca tipográfica.

1464 - É instalado próximo de Roma, no Convento de Subiaco, o primeiro centro Italiano de tipografia e impressão.

1467 - John Fell cria em Oxford a primeira fundição tipográfica de Inglaterra.

1468/69 - Nicolas Jenson instala uma Imprensa em Veneza. São impressos em Veneza os "Sonetos de Petrarca", numa tipografia montada pelo alemão Jean de Spire e que foi uma das mais reputadas no Séc. XV.

1470 - É instalada em Paris, na zona da Sorbonne, a primeira tipografia francesa.

1473 - A Imprensa é introduzida na Hungria. A tipografia é introduzida em Lyon por Guillaume Le Roy que imprime um "Compendium Breve" do Cardeal Lothaire.

1475 - William Caxton imprime em Bruges a primeira obra impressa em Inglês: "The recuyell of the Historyes of Troye".

1476 - William Caxton instala em Westminster a primeira Imprensa da Inglaterra. Em Toulouse é introduzida a Imprensa.

1477 - Publica -se em Florença o primeiro livro italiano ilustrado em "taille douce". Em Veneza é publicado o primeiro dicionário bilingue.

1479 - O Papa Sixte IV dá ordem à Universidade de Colónia para censurar livros heréticos.

1481 - William Caxton imprime em Londres o primeiro livro ilustrado: Mirror of the World.

1485 - Introdução da Imprensa em Ruveu por Guillaume le Talleur. Publicação de "Danse Macabre", em Paris, por Guyot Marchant.

1486 - Surge em França o primeiro almanaque.

1487 - É publicado em Faro o primeiro livro impresso em Portugal: o Pentateuco em hebraico, do Judeu Samuel Gacon.

1497 - A 4 de Janeiro é publicado, no Porto, o primeiro livro totalmente português. Trata-se das "Constituições que fez o Senhor Dom Diogo de Sousa, Bispo do Porto", livro produzido pelo primeiro impressor português: Rodrigo Álvares.

1507 - Gilles Gourmont imprime em Paris, textos gregos e hebraicos.

1521 - O rei francês Francisco I ordena ao Parlamento o controle da venda de livros relativos à fé Cristã e à Santa Escritura.

1522 - Surge em Wittenberg, Alemanha a primeira edição da tradução do Novo Testamento, de Lutero.

1539 - A Imprensa chega à América, México.

1539/40 - Pela primeira vez no Ocidente são fundidos, em Lisboa, caracteres exóticos. Acontece na obra de João de Barros "A Cartinha", com preceitos e mandamentos da Santa Madre Igreja, impressa por Luís Rodrigues, em Lisboa.

1553 - Um regulamento francês constrange os livreiros a não comercializar senão os livros aprovados pela Igreja.

1561 - Pio V cria a Imprensa do povo romano destinada às edições oficiais da Bíblia.

1564 - É impresso o primeiro livro russo datado. Trata-se de "Apostol", de Ivan Fedorov e Piot Mstislavets, impresso em caracteres ciríacos e com várias gravuras de madeira.

1569/73 - Christophe Plantin imprime a Bíblia Poliglota feita em oito volumes e cinco línguas.

1571 - Pio V cria a congregação do Index que se manteve até ao fim do séc. XIX.

1590 - A Imprensa é introduzida pelos portugueses em Nagasaki (Japão).

1597 - Em Rorschach, Suíça, é editada a primeira publicação mensal.

1605 - Abraham Veihoeven publica em Anvers, o "Nieuwe Tijdinge", apontado como o primeiro jornal da Europa.

1632 - Lançamento do jornal francês Gazzete de France, considerado o primeiro semanário impresso no mundo.

1645 - A Academia Real de Letras da Suécia promove o lançamento do sueco Post Och Inrikes Tidningar, o mais antigo jornal em circulação no mundo.

1663 - 1665 - Impressão das primeiras revistas do mundo: a alemã Erbauliche Monaths Unterredungem, a francesa Journal des Sçavans e a inglesa Philosophical Transation.

1690- Benjamim Harris publica em Boston o primeiro jornal americano: The Public Ocurrences.

1702 - Começa a circular o primeiro jornal diário do mundo, o inglês Daily Courant.

1731 - Lançamento da The Gentleman's, a primeira revista de entretenimento do mundo.

1758 - Lançamento do jornal espanhol Diário Noticioso.

1783 - Lançamento dos jornais diários norte-americanos Pennsylvania Evening Post e New York Daily Advertiser.

1788 - Fundação do jornal inglês The Times, o mais famoso do século XIX.

1789 - 1799 - No período da Revolução Francesa são lançados na Europa 1,5 mil títulos, que representam o dobro dos 150 anos anteriores.

1814 - O alemão Friedrich Koenig (1774 - 1833) cria a impressora a vapor, capaz de imprimir até 1,1 mil exemplares por hora. O jornal londrino The Times foi o primeiro a ser impresso com a nova técnica.

1818 - O francês Pierre Lorilleux (1788 - 1865) inventa a tinta para impressões, que garantiu qualidade gráfica e rapidez para as publicações.

1835 - É fundada na França a primeira agência de notícias do mundo: a Agência Havas, criada por Charles-Auguste Havas. Ela transmite via pombo-correio informações financeiras da bolsa de Valores de Londres

1836 - O jornal francês La Presse é o primeiro a publicar anúncios pagos.

1842 - A revista inglesa The Illustrated London News é a primeira revista a usar ilustrações.

1845 - O francês Jacob Worms (1800 - 1889) inventa a primeira máquina rotativa pela qual a impressora é alimentada com rolos contínuos de papel (bobinas). No ano seguinte, o norte-americano Robert Roe aprimora o invento e aumenta a velocidade de impressão para 5 mil páginas por hora.

1851 - Lançamento do jornal The New York Times, nos Estados Unidos.

1854 - Lançamento do jornal francês Le Figaro.

1861 - O norte-americano Matthew Brady faz o primeiro trabalho de fotojornalismo na Guerra Civil Americana.

1877 - Lançamento do jornal The Washington Post, nos EUA.

1880 - A primeira fotografia publicada pela Imprensa surge no jornal Daily Herald, nos Estados Unidos.

1884 - O alemão Ottmar Mergenthaler (1854 - 1899) inventa a linotipo, uma máquina para composição e fundição de caracteres que torna obsoletos os tipos móveis alinhados manualmente. O alinhamento mecânico permite a impressão numa velocidade seis vezes maior.

Final do século XIX - A Imprensa escrita sofre permanentes mudanças tecnológicas, principalmente na parte gráfica. A impressão em cores e a rotogravura (processo destinado à tiragem em prensa rotativa, que possibilita a gravação direta do cilindro de cobre) proporcionam mais qualidade às publicações.

1903 - Fundação do jornal inglês Daily Mirror.

1906 - O alemão Casper Herman constrói a primeira máquina offset, método de impressão que transfere caracteres ou imagens para o papel por meio de um cilindro de borracha.

1912 - O russo Lênin funda o jornal Pravda. A publicação circula até 1992 e chega a alcançar uma tiragem de 10 milhões de exemplares.

1923 - Lançamento da revista semanal norte-americana Time. A cobertura sistemática dos acontecimentos internacionais influencia revistas do mundo inteiro.

1932 - O francês Henri Cartier-Bresson inicia carreira fotográfica, tornando-se o mais influente fotojornalista de sua época.

1936 - Começa a circular a revista ilustrada de informação norte-americana Life.

1944 - Fundação dos jornais franceses Le Monde e Libération.

1947 - Lançamento da revista semanal alemã Der Spiegel.

Década de 50 - A fotocomposição é introduzida na maioria dos jornais e revistas. Os textos e as fotos são produzidos em papel cuchê, montados a mão (past-up) e fotografados (fotolito).

1953 - Fundação do semanário francês L'Express, que leva ao grande público assuntos políticos, financeiros e econômicos.

1968 - O tabloide britânico Daily Mirror torna-se o jornal de maior circulação no Ocidente.

1972 - 1974 - Bob Woodward e Carl Bernstein publicam o escândalo Watergate no Washington Post.

Década de 80 - Com a informatização das empresas jornalísticas, todas as etapas da produção se tornam, digitalizadas. Os textos são elaborados em computador e a editoração eletrônica substitui a fotocomposição. Nesse novo processo, as páginas também são diagramadas no computador e o fotolito é gerado do arquivo eletrônico.

1988 - A Agência de notícias France-Warner, se torna o maior conglomerado de mídia do mundo.

1989 - Fundação da Time-Warner, que passa a ser o maior conglomerado de mídia do mundo.

Década de 90 - O sistema filmless (sem filme) possibilita a gravação diretamente no cilindro de impressão por meio de impulsos eletrônicos transmitidos pelo computador, eliminando a utilização do fotolito. O filmless

permite também a impressão de uma publicação em diferentes localidades simultaneamente.

1992 – A primeira edição do The New York Times in Review.

1997 - O Museu da Notícia é inaugurado em Washington (EUA). É o primeiro no mundo dedicado exclusivamente à notícia.

Embora essa breve retrospectiva ter assumido um caráter evolutivo crítico, não se pode deixar de citar e comentar algumas datas importantes na evolução histórica da Imprensa, assim, a seguir aborda-se este enfoque.

Inicialmente, cabe destacar que a Imprensa é o meio de comunicação mais antigo criado pelo homem. O primeiro órgão a divulgar notícias foi a gazeta romana *Acta Diurna (Realizações Diárias)*, lançada pelo Imperador Júlio César, em 59 a C, como mostra a cronologia supracitada.

Todavia, a impressão como conhecemos hoje não foi possível até na Alemanha, Gutenberg, conceber um meio original de fazer tipos. Após diversas pesquisas e experimentos, desenvolveu a ideia de fazer um molde de aço para cada letra, entalhado em uma determinada forma. Assim, ele poderia perfurar a imagem em um pequeno quadrado de metal mais mole, como o bronze. Desenvolveu um pequeno molde de barro em torno do caráter, de modo que o chumbo quente pudesse ser despejado dentro para fazer um molde da letra, sendo que este molde poderia ser usado repetidamente, para moldar quantas letras individuais o impressor quisesse.

O principio de uma prensa do tipo parafuso era antigo. Prensas haviam sido utilizadas há séculos para espremer azeite das azeitonas e

vinho de uvas. Gutenberg arranhou uma grande prensa de uvas e modificou-a consideravelmente, arrumando uma plataforma para a bandeja de tipos e uma superfície plana sobre a qual serviria para comprimir o pergaminho ou papel. Como tudo tinha de ser perfeitamente alinhado até uma fração mínima de polegada, eram necessárias diversas pesquisas e experimentos para que fosse possível.

Em suma, após a tinta nos tipos e colocar em cima de uma folha de pergaminho, a página foi impressa. A impressão estava nítida e perfeita, não havia erros como os cometidos comumente nas cópias à mão. Gutenberg e seus tipos móveis permitiram a organização e a disseminação do conhecimento de uma forma nunca antes vista.

Em 1470 instalava-se em Paris, sob os auspícios de Jean de la Pierre, Prior da Sorbone, a sua primeira oficina de impressão. Assim, após a descoberta de Gutenberg, os copistas foram cedendo lugar aos impressos. Todavia, os hosanas com que foram recebidos os primeiros efeitos da admirável descoberta, pela enorme facilidade de reprodução de livros e impressos de toda ordem, foram ofuscados logo pelas publicações de livros perniciosos, provocando na França, em 7 de julho de 1533, a união da Sorbone com a Universidade, para combatê-los⁸⁹.

Todavia a invenção de Gutenberg precisou de mais de duas décadas para que fosse aperfeiçoada. Mesmo assim Gutenberg sentia-se insatisfeito com a ideia de que os que compravam livros preferissem uma cópia à mão, considerando o dele uma simples imitação.

⁸⁹ RAMOS, Marília Acordi. **Crimes da Lei de Imprensa – Lei 5.250/67**. Disponível em: <http://paginas.terra.com.br/educacao/gentefina/imprensa.htm>. Acesso em: 18 de maio de 2004.

Acredita-se que essa foi uma das razões pela qual escolhera uma Bíblia impressa e ornamentada como seu primeiro projeto impresso. Acreditava que seria possível vendê-lo aos ricos. O tempo deixou visível que a experiência dele foi um grande sucesso. Sua Bíblia de 42 linhas foi um dos mais belos exemplos jamais produzidos pela arte da impressão.

Lamentavelmente, Gutenberg nunca chegou a desfrutar os resultados de sua imaginação e criatividade. Nunca soube que serviço realmente importante prestara a todos nós.

Assim, a invenção de Gutenberg foi um passo, apenas o primeiro. Entre as matrizes, e os links de um hipertexto, todavia passaram-se muitas faculdades e reinados, mas a essência, entretanto, não mudou: comunicação.

A origem da Imprensa também pode ser considerada como:

- a) as novas necessidades de informação. Uma série de acontecimentos desencadeados a partir do século XV faz surgir à curiosidade das pessoas por informação. Acontecimentos como o Renascimento e a Reforma são alguns dos exemplos;
- b) a criação dos correios modernos. Instalaram-se os primeiros serviços postais nos grandes Estados Modernos. Tal fato permitiria maior segurança e regularidade nos serviços;
- c) o nascimento da impressão. Inventada em 1438 a tipografia se espalhou na segunda metade do século XV. A escrita passou na frente do manuscrito, pois, tinha maior facilidade de difusão.

Contudo, a Imprensa periódica impressa só surgiu quase dois séculos depois da tipografia ter sido inventada;

d) as notícias manuscritas. Notícia como mercadoria. Serviços regulares de correspondência manuscrita eram negociados;

e) as folhas volantes impressas. Surgiram em ordem cronológica: as gazetas, os pasquins e os libelos. As primeiras eram em forma de pequenos cadernos com 4, 8 ou 16 páginas. Acontecimentos importantes como batalhas e festas eram noticiados. Os pasquins surgiram depois. Eram responsáveis por relatar fatos sobrenaturais, crimes e fatos extraordinários. Já aos libelos cabia a tarefa de alimentar polêmicas religiosas e políticas como os movimentos de Reforma e Contra Reforma. Teve início a censura dos impressos e os processos contra os editores ou multiplicadores de tais folhas;

f) os primeiros impressos periódicos. Foram os almanaques que tiveram início no seu processo de publicação no ano de 1448 em Maing.

g) a longa sobrevivência dessas formas primárias de Jornalismo. O aparecimento do impresso não afastou os manuscritos, que ao contrário, cresceram nos séculos XVII e XVIII. Importante também foi a força política dos noticiaristas e dos gazeteiros que completavam a rede de informação dos textos impressos. No final

do século XIX a Imprensa barata suprimiu essas formas de informação⁹⁰.

Apesar de existir a muitos séculos, a Imprensa moderna criada por Gutenberg, por volta de 1450, nunca foi um invento pacífico. Desde o início, a nova arte de imprimir livros provocou temores de toda ordem, pois, para muitos, o livro saído de um prelo, e não da tinta de um monge escriba, tornou-se uma força subversiva capaz de abalar a fé e de reduzir a autoridade da Igreja. Mais recentemente, com a difusão crescente das imagens pela mídia, as profecias deram para prognosticar o fim da palavra impressa, anunciando para todos os cantos o desaparecimento da Galáxia de Gutenberg.

Assim, o Jornalismo surgiu sem saltos, decorrendo lentamente de práticas que pouco a pouco se aperfeiçoavam. Já no século XV se notava o uso de avisos, sob condição de reciprocidade e, por meio dos quais alguns centros populosos se comunicavam com os outros, dizendo e recebendo informações. As lutas religiosas vulgarizavam essas praxes, e a intensificação das permutas foi melhorando regularmente o serviço, criando profissionais que dele se encarregavam. O emprego da Imprensa, nesse serviço de divulgação de novidades, veio criar os primeiros ensaios de Jornalismo com as publicações a principio anuais e, pouco depois, semestrais e, um pouco mais tarde, aos diários⁹¹.

A severidade do controle político freou a Imprensa que nem por isso deixou de se destacar nos séculos XVII e XVIII. A abrangência das

⁹⁰ GONÇALVES, L. **História geral da imprensa**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

⁹¹ BARBOSA Lima Sobrinho, Alexandre José. **O problema da Imprensa**. 3 ed. São Paulo Edusp: Com-Arte, 1997.

notícias aumentou e se estendeu a áreas ainda inexploradas como aspectos da vida social e cultural. Apesar do notório crescimento de público e conteúdo, no final do século XVIII a Imprensa não havia adquirido a consideração necessária. A Imprensa informava sem questionar, deixando para a literatura tradicional a tarefa de debater. Por volta de 1775 a Imprensa era vista como uma subliteratura, sem valor ou prestígio. Rousseau disse nessa época: O que é um periódico? Uma obra efêmera, sem mérito e sem utilidade, cuja leitura, negligenciada e desprezada pelos letrados, só serve para dar às mulheres e aos tolos, vaidade sem instrução. Para Voltaire, as gazetas eram apenas o “relato de bagatelas”⁹².

A Revolução Francesa marca uma época de extrema importância na história da Imprensa. Transformou toda a Imprensa da Europa Ocidental, salvo a da Inglaterra. Pela primeira vez colocou em prática por algum tempo os ideais de liberdade de Imprensa. Ainda hoje o artigo XI da Declaração dos Direitos do Homem de 26 de agosto de 1789, que fala da liberdade de expressão e da livre comunicação do pensamento, continua sendo a declaração mais notória do princípio de liberdade. Tal período revolucionário deu um impulso enorme na Imprensa. De 1789 a 1800 foram publicados mais de 1.500 títulos novos, ou seja, duas vezes mais, em onze anos, do que nos 150 anos precedentes.

Todavia, a maior transformação viria naturalmente desde que os jornais se permitissem às críticas das gazetas manuais e foi o que deu com a Imprensa inglesa, logo no início do século XVIII e, assim que se fez sentir a influência de seus ensaístas. Autoridade dos escritores e a moderação de

⁹² GONÇALVES, L. **História geral da imprensa**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

sua críticas conseguiriam vencer a severidade do sistema restritivo, mantendo jornais que se atribuíam a função das gazetas manuais, e estas naturalmente, depois de perdida a sua única razão de ser, desapareceram sem retorno.

O Jornalismo começou a ganhar terreno, multiplicando-se aperfeiçoando constantemente os seus recursos, intensificando sua função de crítico da sociedade e principalmente da política e da administração pública.

No princípio do século XIX, a Imprensa fez progressos consideráveis. Os jornais se multiplicaram, se diversificaram em categorias diversas e as tiragens aumentaram. Para se ter uma ideia, na França, de 1803 a 1870, a tiragem da Imprensa cotidiana de Paris passou de 36 mil para um milhão de exemplares.

A Imprensa, em todos os países do mundo, sempre foi perseguida e censurada. Sua existência tornava mais difícil o exercício do poder e, por isso, incomodava.

Por isso, os legisladores criaram uma série de leis que restringissem e limitassem a liberdade da Imprensa. Contudo, a eficácia de tal controle sempre teve caráter temporário. A instrução e a urbanização, que tiveram crescimento nesse período, aumentavam cada vez mais o público dos jornais. A elevação do nível cultural das classes mais abastadas e das massas elevava a curiosidade e diversificava os interesses dos

leitores. Tais demandas só poderiam ser satisfeitas mediante a existência dos jornais⁹³.

A industrialização dos métodos de produção e a ampliação do mercado fizeram da Imprensa algo muito mais acessível. Deixou de ser um produto caro e limitado à reduzida elite para estender seu consumo a novas camadas sociais. A baixa no preço de venda dos jornais foi o fator que mais contribuiu para tal crescimento. O jornal também precisou se adaptar a essa mudança de público que aconteceu de diferentes e em diferentes épocas nos diversos países. A evolução das técnicas de fabricação ocorreu em várias instâncias: na tinta e papel, na composição e na impressão. Surgiram à tinta de impressão rápida, o papel de retalhos, a invenção da estereotipia (produção de uma página inteira), as prensas mecânicas e as rotativas, como alguns exemplos. A evolução dos transportes beneficiou a Imprensa de modo direto. O telégrafo, antes restrito aos comunicados oficiais, começou a ser difundido na Imprensa. Surgiram as primeiras agências de notícias em meados do século XIX.

A pioneira foi a Agência Havas (França – 1835). Logo após surgiram a Agência Wolff (Berlim – 1849) e a Agência Reuter (Londres – 1851) e assim sucessivamente. No final do século XIX e no início do século XX, o jornal tornou-se um produto de consumo corrente. A Imprensa de cada país, com sua particularidade e a seu tempo, passou por transformações gigantescas. Os hábitos de leitura, por sua vez, estão tão fixados que fica difícil modificá-los. O grau de desenvolvimento de um jornal é função direta da ocidentalização da vida econômica e social. Essa foi com certeza a época

⁹³ GONÇALVES, L. **História geral da imprensa**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

de ouro da Imprensa. Como mercado em expansão, a Imprensa escrita não precisava temer a concorrência, pois era o único veículo informativo existente.⁹⁴

A expansão dos jornais se deveu pelos mesmos motivos do período anterior: industrialização, aumento do grau de instrução da população, baixa do preço do jornal, etc., entretanto, o progresso das técnicas de fabricação não sofreu tantas reviravoltas. Foi marcado pelo aperfeiçoamento contínuo da produção. O aumento das dimensões das rotativas possibilitou a impressão de jornais com paginação abundante a um ritmo bastante acelerado. A descoberta das compositoras mecânicas e da ilustração também significou uma revolução do modo antigo de fazer jornais. A democratização da Imprensa e o aumento do número de páginas transformaram o estilo e o conteúdo dos jornais. O Jornalismo de reportagem substituiu o de crônica e todas as matérias, as mais e as menos importantes, passaram a ocupar um lugar maior nos jornais. A concorrência levou os jornais a buscar assuntos novos e despertar interesses no leitor. O surgimento de páginas especializadas tentou manter o interesse feminino pelo jornal.

Entretanto, depois da II Guerra Mundial, a Rádio veio superar a Imprensa escrita, quando esta tinha perdido parte do seu prestígio, devido às numerosas marcas de censura e de desinformação. Foi, efetivamente, neste cenário que a Rádio se afirmou e começou a fidelizar o seu público⁹⁵.

⁹⁴ GONÇALVES, L. **História geral da imprensa**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

⁹⁵ LAMIZET, Bernard - **Histoire des médias audiovisuels**. Paris: Ellipses, 1999.

De 1940 a 1944, a Imprensa escrita foi submetida à censura, obrigada a publicar textos que lhe eram impostos, os jornais que acreditaram no início, poder conservar alguma independência, acabaram por não passar de instrumentos de uma propaganda antinacional. Esta submissão da Imprensa acabou por fazê-la perder a credibilidade. Todavia, os jornais clandestinos ajudaram alavancar o prestígio da Imprensa preparando seu renascimento.

O mundo inicia um novo milênio apreensivo com os efeitos provocados pelos meios de comunicação sobre a cultura e as identidades dos povos. Uma hegemonia, dando noções de um quase Absolutismo, a partir das redes de comunicação que se confundem com outros setores econômicos e políticos estratégicos. A mídia, a informática, a eletroeletrônica, a engenharia espacial, o setor financeiro internacional, tudo se confunde sem revelar a verdadeira face dos que manuseiam os cordéis dominantes.

São redes, dentre outras, os fluxos financeiros globais; a teia de relações políticas institucionais que governa os blocos regionais; a rede global de novas mídias que define a essência da expressão cultural e da opinião pública.

Neste cenário, a Imprensa constitui a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão de sua lógica altera radicalmente a operação e os resultados dos processos produtivos, bem como o estoque de experiência, cultura e poder, uma vez que a Imprensa é sempre o reflexo da cultura, do regime político e da sociedade de seu país. Ela foi modelada pela História e deve adaptar-se aos hábitos de seu público.

4. A Imprensa na França

A *Gazette*, marca em 1631, o começo da Imprensa na França. No antigo regime, submetida ao controle severo das autoridades, a Imprensa diversificou-se, por certo, suas publicações, e ampliou sua penetração, mas seu campo de informação permanecia limitado pela censura e só os livros podiam abordar os grandes debates de ideias.

A República concedeu finalmente a liberdade aos jornais, através da lei de 29 de julho de 1881, a lei mais liberal do mundo na matéria. Devido aos efeitos conjugados dos progressos da instrução, da generalização do preço de venda dos jornais a um tostão, da politização das massas, a penetração da Imprensa estendeu-se incessantemente, atingindo fortemente o meio camponês, e o número de jornais crescia cada vez mais: em 1900, contavam-se mais de 60 diários em Paris e cerca de 250 na Província. Em 1914, o mercado estava dominado pela Imprensa parisiense, que tinha uma forte difusão na Província e que assegurava apenas para ela mais de 60% da tiragem dos diários franceses. E, em 1914, com uma produção de 244 exemplares de diários por 1.000 habitantes, a Imprensa francesa era quantitativamente a primeira na Europa.

Todavia, a grande guerra afetou o dinamismo da Imprensa francesa. Levados, por patriotismo ou pressionados por uma censura ao mesmo tempo severíssima e notavelmente eficaz, a sustentar a política de guerra, os jornais tornaram-se instrumentos de propaganda: com isso perderam uma boa parte do capital de confiança que seus leitores inconscientemente lhes haviam dado. As divisões e as crises políticas do

período entre as duas guerras, cujos efeitos, por sua violência, os jornais agravaram, contribuíram ainda para enfraquecer sua autoridade. As tiragens globais da Imprensa parisiense estagnaram-se e o número de títulos diminuiu sensivelmente.

O Jornalismo francês sempre foi mais um Jornalismo de expressão do que um Jornalismo de observação. Ele parece dar sempre maior importância à crônica e ao comentário do que à reportagem e ao comentário sobre a reportagem. Tanto quanto pela apresentação dos fatos, sempre demonstrou interesse pela exposição das ideias; tanto quanto à análise das situações, dedicou-se a crítica das intenções. Por isso, ele é fundamentalmente diferente do Jornalismo anglo-saxão para o qual a reportagem ou a crônica teve sempre prioridade sobre o comentário. Entre as razões que podem explicar o gosto natural do Jornalismo francês pelo julgamento e a análise subjetiva, pode-se citar duas delas:

- A primeira se refere ao que se pode chamar de ambição literária dos jornalistas que se consideravam sempre mais homens de letras do que observadores dos acontecimentos; de fato, a parte da ficção no conteúdo dos jornais sempre foi na França relativamente importante em relação aos artigos de atualidade.

- A segunda está ligada à História: a Imprensa francesa, até o advento da Terceira República, foi submetida a uma acentuada pressão das autoridades governamentais e a liberdade de investigação dos jornalistas franceses encontrou-se amplamente limitada. O Estado, que controlava as principais redes de informação, era através de sua administração e de seus serviços, a principal fonte de notícias.

Um ponto relevante dos jornais de Província francesa foi o caráter de independência, com raras exceções, as empresas jornalísticas de Província nunca caíram sob o controle de grupos parisienses: assim, a França não conheceu essas cadeias de jornais que caracterizaram o desenvolvimento da Imprensa americana ou alemã, e a Imprensa de Província opôs uma resistência irreduzível aos grupos da Imprensa parisienses que nunca adquiriram a importância dos que na Grã-Bretanha conseguiram, de Londres, dominar o conjunto do mercado nacional; pelo menos até uma época recente, quando pela primeira vez um grupo é dono de treze diários, dois dos quais parisienses.

A Imprensa francesa foi pioneira no sentido de dar ao anúncio a norma da Imprensa por toda a parte em que alcançara desenvolvimento. A mudança seguinte foi no conteúdo do próprio anúncio: os velhos modelos de anúncios de estabelecimentos foram substituídos pelos novos, de mercadorias isoladas, valorizadas ao máximo pelas ilustrações, ganhando relevo quase artístico, quando as cores foram introduzidas. Era supremacia do fabricante sobre o comerciante; da produção sobre a circulação peculiar ao capitalismo plenamente caracterizado e desenvolvido⁹⁶.

O segredo da Imprensa consistia, à medida que o capitalismo avançava, na rapidez com que chegava aos leitores e na possibilidade de contá-los aos milhões. Era necessário, por isso, que a produção atendesse à multiplicação de exemplares com uma distribuição rápida e oportuna.

⁹⁶ SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

5. A Imprensa no Japão

Entre 1557 e 1590, os portugueses introduziram a tipografia na Índia, China e Japão, embora alguns desses países já operassem com outros métodos de impressão, tais como a xilogravura.

A arte da impressão, originária da China, foi introduzida no Japão em meados do século VIII. No princípio, era gravada em madeira e aplicava-se principalmente na impressão dos livros sagrados do Budismo. Segundo a História, o tipo moderno de impressão, ao estilo europeu, foi empregado pela primeira vez na Prefeitura de Nagasaki, em 1856. Desde então, introduziram-se as formas de impressão (tipografia) ao estilo europeu-americano, logo assimilado, chegando a criar a técnica de impressão adequada ao Japão, mostrando ao mesmo tempo, um notável desenvolvimento motivado pela crescente demanda, cultura nacional e o progresso social do país.

A Imprensa japonesa impressiona por suas tiragens. O Japão é um dos países que tem a maior circulação diária de jornais no mundo inteiro.

A circulação total dos jornais diários japoneses ultrapassa 70 milhões de exemplares, a segunda maior do mundo depois da antiga União Soviética. Conforme dados de 1988, circulam 548 exemplares para cada grupo de 1.000 pessoas (o índice mais elevado do mundo). A maioria dos jornais circula em edições matutinas e vespertinas, mas os dados referem-se a uma única edição diária. Os periódicos mais importantes, tais como o “Asahi”, o “Mainichi”, o “Yomiuri”, o “Sankei-Jiji”, o “Nihon-Kcizai” e o

“Tóquio” publicam edições matutinas e vespertinas durante os 7 dias da semana. Além dessas edições diárias, publicam outras semanais, mensais e ilustradas, tratando de assuntos os mais diversos. De vez em quando, também publicam livros. Entre os diários editados em inglês, estão: “The Japan Times”, “Asahi Evening News”, “Mainichi” e “Yomiuri”⁹⁷.

No início de 1960, 112 jornais, 7 agências de notícias, 20 companhias radio difusoras e estações de televisão e 2 agências noticiosas de televisão eram filiadas à Associação de Editores e Proprietários de Jornais do Japão (Nihon Shimbun Kyokai). A circulação dos jornais dos membros dessa associação abrangia mais de 97 por cento da circulação total de diários japoneses⁹⁸.

Nenhum país mundo pode orgulhar-se de possuir, como o Japão, uma Imprensa de tão alto grau de difusão e sofisticação. O Asahi shimbun foi, por exemplo, o primeiro jornal do mundo a fornecer notícias a domicilio⁹⁹.

Atualmente, cerca de 100 jornais estrangeiros, agências noticiosas e organizações de rádio e televisão mantêm filiais no Extremo-Oriente, ou correspondentes residentes em Tóquio.

Vale destacar que, os jornais japoneses têm várias características distintas, sendo a primeira delas a escala gigantesca de circulação dos periódicos nacionais. Números como 8 milhões ou 9 milhões sugerem um universo de leitores de jornais tabloides, quando na verdade o conteúdo

⁹⁷ CAMPOS, Theresa Catharina de Góes. **O progresso das comunicações diminui a solidão humana? Uma interpretação histórica das comunicações gráficas e audiovisuais, desde a Pré-História até o Intelsat.** (s.l.), Editora Lidador, 1970.

⁹⁸ CAMPOS, Theresa Catharina de Góes. **O progresso das comunicações diminui a solidão humana? Uma interpretação histórica das comunicações gráficas e audiovisuais, desde a Pré-História até o Intelsat.** (s.l.), Editora Lidador, 1970.

⁹⁹ AMARAL, Luiz. **Jornalismo** – Matéria de primeira página. 5 ed. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1997.

editorial dos periódicos nacionais é bastante sofisticado. A semelhança com tabloides limita-se, portanto, aos números de circulação. Entre as razões apresentadas para isto estão o elevado padrão de educação no Japão e a tendência dos japoneses de se comportarem de maneira uniforme.

A segunda característica especial consiste no conteúdo editorial global: sua abrangência, o teor em geral objetivo de sua cobertura e o espaço destinado ao noticiário internacional. Os maiores jornais publicam notícias de agência internacionais como a *Associated Press* e artigos de seus próprios correspondentes no exterior.

A terceira característica mostra que cerca de 90% dos jornais diários são entregues em domicílio. Para fazer funcionar este sistema de entregas matutinas e vespertinas, os jornais mantinham em todo o país, numerosas sucursais encarregadas de vendas e cobranças de assinaturas mensais. Um problema que as sucursais precisavam resolver com urgência é o da falta de pessoal para a entrega de periódicos.

A quarta característica foi a intensa competição entre os jornais. Isto ocorre particularmente entre os jornais de circulação nacional, abrangendo os aspectos editoriais e de reportagem, havendo inclusive competição por assinantes envolvendo as sucursais dos vários jornais. Nas Províncias, há uma grande rivalidade entre jornais nacionais e provinciais ou entre nacionais e municipais.

A quinta característica foi a importância da tecnologia. A maioria dos jornais já abandonou o uso da composição tipográfica quente em favor de processos eletrônicos assistidos por computador. A compilação computadorizada permite que os artigos sejam armazenados e processados

como dados de computador. Números cada vez maiores de empresas jornalísticas estão usando estes dados para criar bancos de informações com o fim de distribuir a notícia em forma diferente do jornal tradicional. As empresas jornalísticas estão extremamente interessadas nestas e noutras modalidades de tecnologia da informação, estando envolvidas no desenvolvimento de formas alternativas de distribuição da notícia.

A sexta característica considerada a importante posição ocupada pelos jornais como veículo de propaganda. Em média mais de 40% do espaço em jornais é ocupado por publicidade. No Japão, o faturamento dos jornais está quase que uniformemente dividido entre ingressos de venda de exemplares e ingressos gerados por espaço vendido a anunciantes. O ingresso de publicidade é, portanto, de importância decisiva para a lucratividade dos jornais. Em 1989, o total gasto com propaganda no país foi de aproximadamente 1,3% do Produto Nacional Bruto. Desde 1975, a posição de liderança em termos de publicidade em veículos de comunicação passou do jornal para a televisão. Mesmo assim, com um quarto do total da publicidade, os jornais ainda mantêm a segunda posição.

A característica final dos jornais japoneses foi seu relacionamento com emissoras de rádio e televisão, particularmente com as tevês. Por exemplo, os jornais publicam detalhadamente as programações diárias de rádio e TV. O público costuma decidir o que vai assistir ou ouvir baseado nesta programação. Além disso, ocorre com frequência que empresas jornalísticas e de rádio e TV estabeleçam estreitas relações comerciais pela aquisição recíproca de ações ou pelo intercâmbio de pessoal. Não é raro, assim, que jornalistas de meio impresso se consagrem como

apresentadores de noticiários ou comentaristas de televisão. Com efeito, jornais e emissoras de rádio e TV mantêm um relacionamento que pode ser descrito informalmente como de apoio recíproco¹⁰⁰.

6. Imprensa Britânica

A Grã- Bretanha tem a segunda mais elevada tiragem de jornais per capita do mundo: Segundo a tradição, os diários britânicos se classificam em jornais de qualidade (*quality papers*) e jornais populares (*popular papers*), embora, hoje em dia, não haja uma distinção entre o público de um e outro.

Com exceção do Japão, nenhum país consome tanto jornal por habitante quanto a Grã - Bretanha, e com exceção do Japão e da Rússia nenhum possui títulos com tiragens tão elevadas.

Vale salientar que o gosto do inglês, pela leitura de jornal data do início do século XVIII, quando surgiu, em 11 de março de 1702, o *Daily Courant*, tido como primeiro quotidiano do país. Dai em diante a Imprensa escrita desenvolveu-se rapidamente e, ainda hoje, em que pesem as dificuldades porque passa o antigo Império, detém posto de importância entre as grandes do mundo¹⁰¹.

A importância econômica, política e social de Londres e a pequena extensão do país facilitam a difusão de jornais nacionais. Outra

¹⁰⁰ Embaixada Japonesa. **Comunicação Japonesa**. Disponível. <http://www.br.emb-japan.go.jp/portugues/cultura/comunicacao.htm>. Acesso em: 15/07/2004.

¹⁰¹ AMARAL, Luiz. **Jornalismo** – Matéria de primeira página. 5 ed. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1997.

particularidade da Imprensa britânica é do domínio dos semanários sobre as revistas de informação geral, sendo as revistas de maiores tiragens, as dedicadas a televisão.

Quanto à concorrência com a televisão, a Imprensa escrita parece tê-la enfrentada com resultados positivos adaptando-se às novas necessidades do público. A publicidade na Imprensa britânica também é elevada, o que atesta a importância do jornal como veículo de comunicação.

7. Imprensa Alemã

A Alemanha, berço de Gutenberg (1393-1468), tem a Imprensa de mais velha tradição do mundo: o primeiro jornal diário a circular foi, talvez o *Leipziger Zeitung*, em 1660. Ao longo de toda História, ora esteve submetida a mais rigorosa censura, ora gozou de liberdade sem precedentes.

Sempre desfrutou porém, de grande prestígio dentro e fora das fronteiras nacionais.

Data de muitos anos também sua tradição de independência, de rigor na informação, de excelência dos comentários econômicos redigidos por autênticos especialistas.

Todavia, a partir de 1934, com a subida de Hitler ao poder, toda a Imprensa foi posta a serviço do nacional-socialismo, manobrada por Goebels, antigo jornalista e o homem que dirigiu a propaganda do II Reich. Todos os meios de divulgação da época transformaram-se em verdadeiras máquinas de propaganda nazista, sob a alegação de que o jornal não

poderia ser simplesmente, mercadoria, mais elemento de cultura nacional, Hitler suprimiu por inteiro a liberdade¹⁰².

Após 1945, os antigos jornais alemães desapareceram. Os novos foram autorizados a circular pelas autoridades de ocupação, de acordo com diversos critérios, segundo as zonas e os países ocupantes. E, quando o regime civil substituiu o militar em 1949, os jornais começaram a sair livremente.

O artigo de número 5 da Lei Básica de 1949 estipula que: Todo cidadão tem o direito de informar-se e de expressar livremente sua opinião, pela palavra, falada, escrita e por ilustrações. Não há censura, mas em seguida, diz o artigo: estas disposições são limitadas pelo direito comum, pelas leis de proteção aos jovens e pelo direito de inviolabilidade da honra pessoal. A liberdade é ilimitada.

Graças ao grande número de diários e semanários, a Alemanha tem a maior difusão de jornais da Europa. Apesar da concorrência da televisão, o volume de publicidade, nos últimos anos, tem sido 63% dos diários e 37% para as revistas.

Os semanários também ocupam lugar de destaque na Imprensa Alemã. Quanto às revistas, a qualidade da impressão exerce indiscutível poder sobre o público. As maiores tiragens pertencem às revistas de televisão e femininas.

Quanto a Imprensa quotidiana é, ao mesmo tempo, descentralizada e concentrada. O desenvolvimento da Imprensa regional

¹⁰² AMARAL, Luiz. **Jornalismo – Matéria de primeira página**. 5 ed. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1997.

baseia-se em tradição antes da guerra, mas se explica também pelas soluções aplicáveis aos problemas econômicos. E quanto a concentração, foi ela resultado das dificuldades conhecidas pela Imprensa de toda Europa.

As estruturas da Imprensa da Alemanha atual são o reflexo das disposições constitucionais e das realidades econômicas do país. O federalismo explica a ausência de uma Imprensa nacional, e a eficácia das concentrações nos diferentes setores da indústria naturalmente influenciou os métodos dos proprietários das empresas jornalísticas.

Vale destacar que na Imprensa Alemã a venda por assinaturas é uma característica relevante. Cerca de dois terços da tiragem diária total são entregues de porta em porta ou pelo correio.

8. Imprensa na América Latina

A chegada da Imprensa nas Colônias Americanas tinha objetivos políticos considerados opostos àqueles que levaram à sua consolidação na Europa. No velho Mundo, os impressos - livros, folhetos, avisos e periódicos buscavam consolidar o sentimento de nação, os princípios políticos e culturais e a própria fixação dos diversos idiomas lá existentes. Já na África, no Novo Mundo e nos longínquos territórios da China e do Japão, o invento de Gutenberg ajudava, a impor os valores dos conquistadores, esmagando as culturas autóctones¹⁰³.

¹⁰³ MARQUES DE MELO, José. **Para uma Leitura Crítica da Comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1985.

Todavia não se pode deixar de destacar que depois de séculos do descobrimento, a Imprensa provocou uma revolução decorrente da globalização cultural. Embora menos poderosa do que as avançadas tecnologias da atualidade, a Imprensa de 500 anos atrás era a mídia num mundo em que começavam novas relações comerciais, propiciadas pelas novas rotas de navegação. Os impressos compostos há três, quatro séculos, a exemplo das novas redes, provocaram rupturas no tradicional vínculo entre o local físico e a situação social. Novos padrões de significação foram criados.

Na América Latina o processo colonizador por meio dos valores culturais se fez presente desde o princípio. Sob o olhar europeu, as nações que já povoavam esta nova terra não eram suficientemente consolidadas, importantes, para sequer implicar em uma denominação diferenciada, em ser um referencial geográfico. Astecas, Maias, Incas, Tupis, nenhum desses povos alterou a concepção de conjunto que os colonizadores possuíam. Em 1507, quando pela primeira vez aparece num mapa o nome de América (*De Amerigie* = terra de Américo), surge assim numa visão estratégica construída na Europa.

Até final do século XVIII, a denominação América, era usada para rotular essas terras, principalmente as que formavam a região hispânica.

No caso específico de Portugal, a Imprensa vai deixar no final do século XV, sua condição de arte para assumir estrategicamente uma postura político-econômica, impulsionada pelos ganhos monetários obtidos pelo

descobrimto. O autor português Américo Cortez Pinto¹⁰⁴ afirma que, a partir de uma primeira experiência, em 1847, em Faro, os serviços gráficos cresceram de forma verdadeiramente explosiva.

Assim, a Imprensa passa a ser considerada como um instrumento fiel para a construção do Império. A Imprensa, pois, numa concepção de arma de indução dos princípios imperialistas, se fez presente primeiro nas terras além do mar que possuíam povos com cultura mais elaborada, sendo postergada a sua implantação as localidades onde os costumes se faziam de forma mais primitiva.

Em algumas regiões da América, a Imprensa afigurou-se indispensável desde os primeiros momentos da colonização, sempre que os conquistadores pretendiam implantar extensões da civilização metropolitana, mas se deparavam com poder das armas não sendo suficiente para aniquilar a cultura autóctone. A destruição se fazia paulatinamente com o uso deliberado de instrumentos especiais para a intromissão de padrões oriundos da metrópole, como é o caso da Imprensa.

Não se sabe exatamente a data da primeira experiência, mas todos os pesquisadores apontam a primazia aos espanhóis, que instalaram casas tipográficas na sede do Vice-Reinado da Nova Espanha, hoje a República do México. A máquina impressora, inventada por Gutenberg em 1450 e que levaria 24 horas para chegar até o reinado espanhol de Isabel a Católica, foi instalada, em 1535, na cidade do México¹⁰⁵.

¹⁰⁴ PINTO, Américo Cortez. **Da Famosa Arte da Imprimissão**. Ulisseia, Lisboa, 1948.

¹⁰⁵ ENTEL, Alicia. **Cuadros de Epoca y Passiones de Sujetos**. Buenos Aires, 1987.

Na América Central, dois registros distintos apontam El Salvador e Guatemala como os que primeiro vivenciaram os benefícios das máquinas impressoras.

Em San Salvador, teria cabido ao frei Francisco Juan de Dios Cid a construção, em 1647, de uma Imprensa, feita em madeira de forma rudimentar. Já na cidade de Guatemala, a Ordem de San Agustín, estabeleceu, em 1660, o primeiro aparato impressor, operado por José Pineda Ybarra.

Na América do Sul, atribui-se também aos jesuítas a classificação de grandes impulsores dos serviços gráficos, com destaque para o equipamento montado com a ajuda de indígenas nas Missões Jesuítas da divisa entre Brasil e Paraguai. Os tipos gráficos foram feitos em madeira e estanho. Os trabalhos, segundo alguns historiadores, começaram no final do século XVII, mas os primeiros impressos só seriam publicados no século seguinte.

O marco da história da Imprensa no México ficara como a localidade latino-americana que se desenvolveu pioneiramente, não bastasse ter sido o primeiro a imprimir uma notícia jornalística. A notícia trazia em seu texto um estilo que misturava toques de sensacionalismo com misticismo, religiosidade, e uma leve dose de discriminação social, na verdade, de gênero.

É no México, também que foi registrado outro pioneirismo da Imprensa latino americana. Na cidade de Yucatán circularia o primeiro jornal do Novo Mundo. Em 1722, sob a direção do bispo Dom Juan Ignacio Maria

de Castorena y Ursua, era estampado na Imprensa de Dom Juan de Ribera Calderón, a Gazeta de México.

Em relação à Argentina, não há unanimidade quanto ao início dos serviços gráficos. Há indícios que em 1705, os missionários jesuítas teriam posto em operação uma Imprensa na Província do Rio de La Plata. Já nas pesquisas de Medina¹⁰⁶, a data é de 1780, como o primeiro ano de funcionamento da Imprensa em Buenos Aires. Em comum os autores apontam os jesuítas como responsáveis pela implantação da Imprensa na Argentina.

É, contudo, em Cuba, na cidade de La Habana, que vai acontecer a primeira implantação de uma gráfica sob a responsabilidade da iniciativa privada. Em 1707, o impressor francês Carlos Habrea dá início aos trabalhos, sendo posteriormente, sucedido por Francisco José de Paula, que permaneceu em operação pelo menos até 1735.

É possível verificar que até 1808, 60% dos parques gráficos instalados em terras ibero-americanas, operavam sob a responsabilidade de religiosos; 15% por iniciativas governamentais e, apenas 25% por particulares, sendo que muitas dessas sob concessão governamental ou a serviço do Estado como impressores oficiais. Esses dados já demonstram a natureza oficial uma vez que a Igreja estava intimamente ligada ao Estado¹⁰⁷.

No levantamento realizado em dezenove países hispânicos, dezesseis tiveram seus primeiros periódicos graças a iniciativas oficiais,

¹⁰⁶ MEDINA, José Toribio. **História de la Imprensa em Los Antiguos dominios españoles de América y Oceanía**. Fondo Histórico y Bibliográfico José Totibio, Santiago – 1958.

¹⁰⁷ Ibidem.

apenas no Chile, Panamá e Equador a atividade jornalística nascia de forma independente e, na maioria desses casos, vinculada a um ideal de independência e de liberdade¹⁰⁸.

¹⁰⁸ OTERO, Gustavo A. **La Cultura y periodismo em América**. Ed. Liebmann, Quito, 1953.

CAPÍTULO IV

A IMPRENSA DO BRASIL EM TELA

1. Datas e eventos importantes da Imprensa brasileira

Antes de traçarmos a trajetória histórica da Imprensa no Brasil, apresenta-se a cronologia da Imprensa escrita brasileira, para situar o leitor a cerca dos fatos relevantes de cada ano¹⁰⁹.

1746 - Antônio Isidoro da Fonseca inaugura uma tipografia no Rio de Janeiro, fechada no ano seguinte pela Carta Régia de 10 de maio, que proibia a impressão de livros ou de papéis avulsos na Colônia.

1808 - A chegada da Coroa Portuguesa ao país inaugura o surgimento da Imprensa brasileira com a fundação da Imprensa Régia, em maio. Mais tarde passa a chamar-se Imprensa Nacional

1808 - O Correio Braziliense, fundado por Hipólito da Costa e elaborado em Londres, foi o primeiro jornal em língua portuguesa a circular no Brasil, em junho de 1808. O Correio circula até dezembro de 1822, chegando a publicar 175 edições.

1808 - A Gazeta do Rio de Janeiro, primeira publicação oficial impressa no país, passa a ser editada a partir de 10 de setembro. Informa sobre a vida administrativa e a movimentação social do Reino de forma documental. É

¹⁰⁹ ALAMANAQUE ABRIL. **Imprensa Escrita- Cronologia da imprensa mundial.** Disponível em <http://www.paremasmaquinas.com.br/histrevmund.htm>, 1996. Acesso em: 15 de maio de 2004.

submetida à censura do palácio e dirigida por um funcionário do Ministério das Relações Exteriores, Frei Tibúrcio da Rocha. Sua última edição circula em 31 de dezembro de 1821, quando surge o Diário do Governo. Ao todo são publicadas 32 edições e 19 extraordinárias.

1811 - A Idade d'Ouro é o primeiro jornal editado na Bahia. Juntamente com a Gazeta do Rio de Janeiro, é o único que obtém licença de impressão até 1821.

1812 - Surge As Variedades ou Ensaios de Literatura, vinculado à maçonaria, a primeira revista brasileira.

1821 - Em 28 de agosto Dom Pedro, Príncipe Regente, decreta o fim da censura prévia a toda matéria escrita, tornando a palavra impressa livre no país.

1821 - No início do ano, surge o Diário do Rio de Janeiro, primeiro jornal informativo com relatos criminais, movimentação portuária, publicidade, leilões, venda e fuga de escravos.

Em setembro é publicado o primeiro jornal brasileiro veiculando exclusivamente opiniões políticas e oposicionistas o Reverbero Constitucional Fluminense, de Gonçalves Ledo.

A Imprensa Panfletaria - Do seu surgimento até 1880, a Imprensa brasileira é caracterizada pela panfletagem, refletindo lutas políticas e questões sociais da época, como a independência, o desgaste da Monarquia, a abolição da escravatura e a proclamação da República.

Nesse contexto surgem na década de 1820 publicações como Correio do Rio de Janeiro, de João Soares Lisboa, Sentinela da Liberdade,

de Cipriano Barata, Typhis Pernambucano, de Frei Caneca, e A Malagueta, pasquim do carioca Luís Augusto May. Evaristo da Veiga lança a Aurora Fluminense. O paraibano Borges da Fonseca fez O Republico. O mineiro Teófilo Otoni, a Sentinela do Serro. Quintino Bocaiúva, a República, e Alcindo Guanabara, Novidades.

1822 - O português naturalizado João Soares Lisboa, lança o Correio do Rio de Janeiro, pregando a "convocação de uma Assembleia Constituinte".

1822 - No Recife, Cipriano Barata lança "Sentinela da Liberdade", o primeiro jornal republicano. É preso e, da cadeia, continua editando a publicação, agora intitulada "Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco Ataca e Presa na Fortaleza do Brum por Ordem da Força Armada Reunida". Transferido para a Bahia e posteriormente para o Rio, passa mais sete anos preso, sempre editando o Sentinela, ora "na Guarita da Bahia", ora na "Guarita do Rio" etc.: aonde chegava, republicava o jornal e era novamente preso.

1823 - O pernambucano Frei Caneca lança o Typhis Pernambucano, defendendo a liberdade de Imprensa e condenando a escravidão. Frei Caneca é fuzilado no Recife no dia 13 de janeiro de 1825, após a derrota da Confederação do Equador.

1823 - Minas Gerais ganha seu primeiro jornal, O Compilador. Cinco anos mais tarde circula em Ouro Preto o periódico Precursor das Eleições. Em Olinda e no Recife é publicado um órgão estudantil, O Olindense.

1823 - É criada a primeira Lei de Imprensa no Brasil, punindo a veiculação de material contra a Igreja Católica. Baseada na lei portuguesa, a lei brasileira entra em vigor por meio de um decreto de Dom Pedro I.

1825 - É fundado o Diário de Pernambuco, o mais antigo jornal em circulação da América Latina.

1827 - o Farol Paulistano é o primeiro jornal de São Paulo.

1829 - Líbero Badaró promove o lançamento do jornal O Observatório Constitucional, que faz críticas ao autoritarismo do Imperador, adotando uma oposição firme aos governantes e utilizando linguagem irreverente.

1831 - Surge no jornal de humor Carcudão, do Recife, a primeira caricatura impressa no Brasil. Em Santa Catarina, Jerônimo Francisco Coelho, colocou em circulação o primeiro jornal do Estado, "O Catharinense".

1852 - Circula na Bahia o Jornal das Senhoras, o primeiro periódico feminino do Brasil. É fundado e dirigido por Vera. A. Ximenes de Bivar e Velasco, filha do redator de Idade d'Ouro e de As Variedades, a primeira mulher a exercer funções de direção na Imprensa brasileira. É editado até 1855.

1852 - 1853 - Aparecem as primeiras revistas culturais, e os jornais publicam obras de grandes escritores da época em folhetins. Entre elas, Memórias de um Sargento de Milícias (1852 - 1853), escrita por Manuel Antônio de Almeida no Correio Mercantil; o romance O Guarani (1857), de José de Alencar, no Diário do Rio de Janeiro; e a Mão e a Luva (1874), em O Globo, e Iaiá Garcia (1878), em O Cruzeiro, ambas de Machado de Assis.

1862 - É impresso o primeiro Diário Oficial do Brasil. Continha editorial, atos oficiais, artigos sobre comércio, política internacional e noticiário de acontecimentos de interesse geral.

1875 - No dia 4 de janeiro, um grupo de republicanos e abolicionistas funda o jornal A Província de São Paulo, com uma tiragem de dois mil exemplares, dirigido por Francisco Rangel Pestana e Américo Campos. Em 1889, data da proclamação da República, A Província passa a se chamar O Estado de S. Paulo. Em 1891, Júlio Mesquita destaca-se como um dos principais cronistas políticos da época e assume a direção do jornal.

1876 - O ilustrado Ângelo Agostini funda a Revista Ilustrada, cujas charges políticas são um marco na campanha pela libertação dos escravos. Cria na revista, As Aventuras de Zé Caipora, a primeira história em quadrinhos de longa duração feita no país, e retrata com humor a vida política nacional.

1878 - A revista ilustrada e humorística O Besouro, fundada em março pelo chargista português Rafael Bordalo Pinheiro no Rio de Janeiro, publica no dia 20 de julho as primeiras fotos da Imprensa brasileira, que retratava crianças abatidas pela seca do Nordeste.

1891 - Rodolfo Dantas funda, no Rio de Janeiro, o Jornal do Brasil. O jornal assume condição de publicação livre e independente, sem vínculos partidários.

1892 - Surgem os primeiros jornaleiros e as primeiras bancas de jornais e revistas no Brasil. A circulação de jornais é estimulada a partir de 1844, quando os correios passam a entregar correspondência em domicílio. Em 1858, o jornal Atualidade já possuía entregadores para vendas avulsas nas

ruas do Rio de Janeiro. Em 1872, os pontos-de-venda ingressam também em quiosques instalados nas ruas centrais do Rio e de São Paulo. No século XX multiplicam-se as bancas de jornais e revistas em todo Brasil.

1897 - Euclides da Cunha é enviado como correspondente do jornal O Estado S. Paulo para Canudos, de onde envia relatos da guerra. Esses relatos dão origem ao livro Os Sertões, um clássico da literatura brasileira.

1907 - O carioca Gazeta de Notícias é o primeiro jornal editado em cores.

1908 - Gustavo de Lacerda funda a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) no Rio de Janeiro.

1910 - Os grandes jornais do Rio e de São Paulo instalam ou ampliam escritórios para correspondentes em Londres, Paris, Roma, Lisboa, Nova Iorque, Buenos Aires, Montevideu e Santiago do Chile. O livro ainda influi poderosamente no estilo do jornal e da revista. Eça de Queiroz, Rui Barbosa e Joaquim Nabuco assinam correspondências do exterior ou textos locais.

1911 - Augusto Malta registra cenas do carnaval carioca, tornando-se o primeiro fotojornalista brasileiro.

1921 - A empresa Folha da Manhã, que atualmente edita a Folha de S. Paulo, é fundada por Otávio Frias de Oliveira com o jornal Folha da Noite.

1924 - É criada a cadeia jornalística Diários Associados, com a aquisição de O Jornal pelo empresário Assis Chateaubriand. O jornalista e político paraibano Assis Chateaubriand torna-se dono de um império jornalístico - os Diários e Emissoras Associadas - que começam a se formar no final dos anos 20 e, chegam a reunir mais de cem jornais, revistas, estações de rádio e TV. É pioneiro na transmissão de televisão no país.

1925 - As Organizações Globo surgem com a aquisição do jornal O Globo dos Diários Associados pelo jornalista Roberto Irineu Marinho.

1928 - Os Diários Associados lançam O Cruzeiro, primeira revista semanal de circulação nacional.

1934 - Surge o primeiro sindicato dos jornalistas no Brasil, em Juiz de Fora (MG).

1937-1945 - Getúlio Vargas, no período do Estado Novo, instituiu o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que veta o registro de 420 jornais e 346 revistas: apenas publicações ligadas politicamente ao presidente são autorizadas a circular. Apesar da censura, Vargas emprega altos recursos na publicidade dos atos oficiais de seu governo, o que garante a expansão industrial de Imprensa no período.

1938 - O decreto 910, de 30 de novembro, regulamenta a profissão de jornalista no Brasil.

1944 -1945 - O jornal tabloide O Globo Expedicionário é enviado para os pracinhas da Força Expedicionária Brasileira (FEB) que estavam participando da II Guerra Mundial na Europa.

1949 - Carlos Lacerda lança o jornal Tribuna da Imprensa no Rio de Janeiro, no qual faz dura oposição ao presidente Getúlio Vargas.

1950 - Victor Civita funda a Editora Abril em São Paulo, em uma pequena sala no centro da cidade. Sete meses depois lança a primeira revista, O Pato Donald. No ano seguinte monta uma gráfica e, em 1955, publica a revista de fotonovelas Capricho. Segue-se Manequim, Quatro Rodas, Cláudia entre outras.

1951 - O jornalista Samuel Wainer funda o jornal Última Hora, em Porto Alegre (RS), que desempenha papel importante na renovação da imprensa brasileira.

1952 - Adolpho Bloch lança no Rio de Janeiro a revista ilustrada Manchete.

1960-1970 - Surgem várias publicações contrárias ao Regime Militar de 1964. Conhecidas como imprensa alternativa, causaram repercussão com mais de 42 veículos e uma tiragem de 150 mil exemplares semanais. Entre os principais jornais desta época estão O Pasquim (1969), Opinião (1972), Movimento (1975) e Em Tempo (1977).

1964 - Em maio é fundado o jornal Zero Hora no Rio Grande do Sul, com a finalidade de substituir o Última Hora, jornal que havia sido fechado com o golpe militar ocorrido no mesmo ano. É o maior veículo da mídia impressa da Rede Brasil Sul e, o jornal de maior venda avulsa do Sul do país.

1965 - O general Castello Branco baixa o AI-2, permitindo o presidente da República violar a liberdade de imprensa garantida pela lei de imprensa de 1953. As restrições aumentam como AI-5 de 1968, que fecha o Congresso Nacional e impõe total controle dos meios de comunicação de massa, sujeitando todos à censura prévia.

1966 - A Editora Abril lança a revista mensal Realidade, marco do jornalismo brasileiro por suas reportagens investigativas e qualidade gráfica.

1966 - É fundada no Rio de Janeiro a primeira agência de notícias do país. A Agência JB, do grupo Jornal do Brasil. Em 1970 surge a Agência Estado e, em 1994, a Agência Folha, em São Paulo.

1968 - Lançamento da revista semanal Veja, da Editora Abril, a revista de maior circulação do país.

1969 - O decreto-lei 972 estabelece a exigência de diploma e registro (concedido mediante comprovação da atividade na área jornalística nos dois anos anteriores) para exercício da profissão de jornalista. Essa lei é regulamentada por outro decreto de 1979.

1977 - A Editora Três lança a revista semanal de informações gerais Isto É.

1984 - A Folha de S. Paulo lança as campanhas Diretas Já pela eleição direta para Presidência da República. Dois anos depois alcança o posto de o primeiro jornal do país em volume de venda, em substituição a O Globo, que mantinha a liderança desde a década de 30.

1987 - O código de Ética dos jornalistas no Brasil é redigido e aprovado em congresso realizado pela Federação nacional dos Jornalistas (FENAI) no Rio de Janeiro.

1992 - Reportagens publicadas nas revistas Veja e Isto é, denunciam o envolvimento do presidente Fernando Collor de Melo em um esquema de corrupção conhecido como Esquema PC. O caso gera um processo de impeachment e culmina com a renúncia de Collor no dia 29 de dezembro.

1995 - No dia 12 de maio, a Folha de S. Paulo tem a maior circulação da história da Imprensa brasileira: 1.613.872 exemplares. O principal motivo do recorde foi o lançamento de um atlas histórico que acompanhava a publicação.

1995 - Em maio, o Jornal do Brasil inaugura o primeiro jornal eletrônico do país, o JB Online.

Em dezembro do mesmo ano, O Estado de S. Paulo coloca na rede o NetEstado.

1996 - a Folha de S. Paulo lança o provedor Universo Online (fundido em novembro como Brasil Online da Editora Abril), seguido de O Globo On e de O Dia Online.

No mesmo ano ainda, é lançada na internet a Isto é Online. Em 1997, a revista Veja coloca sua página na rede.

1997 - O jornal O Estado de S. Paulo começa a publicar a edição em português do *The Wall Street Journal*, considerado uma referência para investidores em todo mundo.

1998 - É lançada a revista semanal Época, da Editora Globo.

2. Perspectiva Histórica da Imprensa no Brasil

Recordar fatos históricos que relacionam a Imprensa ao desenvolvimento econômico e político do país é uma necessidade incontornável. A descoberta do Brasil se deu em tempo da invenção da Imprensa e da Santa Inquisição. A Imprensa não era necessária ao Brasil por não haver aqui se instalado a burguesia. Os indivíduos particulares que aqui necessitavam de informação tinham grande dificuldade em fazer entrar no país a fascinante invenção de Gutenberg.

Se o impulso que deu aos portugueses o mérito de ocupar o Brasil estava ligado expansão do capital comercial, foi ele o responsável também

pelo surto da arte gráfica na metrópole. Instalou-se impedindo a continuação daquela arte, a violência da inquisição; mais de trinta mil portugueses a vitimou. De sorte que o livro, e a técnica de fazê-lo, assumiram ali, pouco depois do início da existência histórica, o aspecto herético que atraía a maldição e condenações.

Portugueses e brasileiros viviam sob a égide de três censuras concomitantes: a dos Bispos ou Ordinária, a da Santa Inquisição e a Régia, exercida pelo desembargador do Paço, desde 1576, cuja superioridade firmava-se nas Ordenações Filipinas, que proibiam a impressão de qualquer obra sem primeiro ser vista e examinada pelos desembargadores do Paço, depois de vista e aprovada pelos oficiais de Santo Ofício da Inquisição. Todavia, a partir de 1624, os livros dependiam das autoridades civis para serem impressos, isto é, das autoridades reconhecidas pelo Estado, entre as quais para esse fim, estavam as da Igreja; no entanto dependiam ainda, para circularem, da Cúria romana. Pombal, em 1768, encerrou esse regime, substituindo-o pelo da Real Mesa Censória, que vigorou até 1787.

Foi o impulso do minério que alterou as condições anteriores. Aumentou a população rapidamente, no século XVIII, cresceu o mercado interno e ampliou-se a divisão do trabalho com a elevação do poder aquisitivo e a especialização de atividades, em que se destacou logo a mais lucrativa. Surgiram novas condições, particulares à nova sociedade. O setecentismo por apresentar o hábito de mandar os filhos à Coimbra e como em outras universidades europeias, fez com que o ensino na Colônia não ultrapassasse o que hoje conhecemos como nível médio. É sabido que a

universidade, no Brasil, é recente, sendo que os motivos deste atraso são os mesmos que dificultaram o desenvolvimento da Imprensa.

Apesar de tudo, no final do século XVIII, já havia bibliotecas particulares. Padres, maçons e outros pensadores iam usando e disseminando a palavra escrita, mesmo em clima de terror. Livros, só contrabandeados da Europa; tipografia no Brasil, só em sonho; Imprensa, nem pensar. Mas alguns pensavam ou ousavam e sonhavam, mesmo que se desvanecessem os sonhos. Assim, em 1706, instala-se no Recife uma pequena tipografia sob o patrocínio do governador Francisco de Castro Moraes. Nesse mesmo ano, em 8 de junho, uma Carta Régia mandava notificar os donos das casas tipográficas existentes e seus oficiais de que era proibida qualquer impressão. E ordenava o sequestro das letras.

Enquanto o Brasil lutava para preservar algumas bibliotecas particulares, o México e o Peru já possuíam universidades, o que representava uma mudança qualitativa do público leitor. México conseguiu implantar sua Imprensa já em 1539, o Peru em 1583, e as Colônias inglesas da América, em 1650. Assim, em contraste com a América Hispânica cujo Jornalismo floresceu durante o período Colonial, iniciando-se em 1722 com a circulação da *Gaceta de Mexico y Noticias de Nueva España*, o Brasil só presenciaria no início do século XIX a Imprensa periódica e conseqüentemente a circulação de notícias tipográficas. Isso ocorre no momento em que a Corte Lusitana se transfere para o Rio de Janeiro, convertendo sua antiga Colônia americana em Reino Unido a Portugal¹¹⁰.

¹¹⁰ MARQUES DE MELO José. **Sociologia da Imprensa Brasileira**. Vozes, Petrópolis, 1973.

Hipólito Jose da Costa (1774-1823), diplomata português anteriormente encarregado de negócios na Filadélfia - na época, capital dos Estados Unidos era condenado à morte pela Santa Inquisição. Na comoção geral com a fuga da Corte ele consegue fugir para Londres. Lá, em 1º de junho de 1808, funda o Correio Braziliense. Assim, o primeiro jornal brasileiro é publicado na Inglaterra por um excomungado português¹¹¹.

A vinda da Corte Portuguesa para o Brasil passa a ser fonte inesgotável de dados para a História, quer se queira acompanhá-la nas suas grandes linhas, quer se necessite de elementos informativos pormenorizados que chegam algumas vezes a serem considerados pitorescos.

Nas correrias do embarque para o Brasil, outro caso fortuito iria favorecer a Imprensa brasileira. A Secretaria de Negócios Estrangeiros e da Guerra havia adquirido em Londres uma tipografia que seu titular, Dom Antônio de Araújo Azevedo, faz embarcar em meio à confusão. Em 13 de maio de 1808 chega ao Brasil os dois prelos e os vinte e oito volumes de material tipográfico. Assim, pode-se dizer que finalmente surgiria a Imprensa no Brasil e, ainda desta vez, sob a proteção oficial, mais do que isso, por iniciativa oficial.

Nesse mesmo dia, é publicado o decreto de permissão para funcionamento da tipografia, que poderia publicar livros, mas não jornais. Estava oficialmente criada a Imprensa Régia. Apesar dos limites do decreto, não se pode negar que foi um decreto áureo. Daí o ato real de maio: tendo me contatado que os prelos que se acham nesta capital eram os

¹¹¹ MARQUES DE MELO Jose. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

destinados para a Secretaria do Estado dos Negócios Estrangeiros e da Guerra, e atendendo à necessidade que há de oficina de impressão nestes meus Estados, sou servido que a casa onde eles se estabeleceram sirva inteiramente de Impressão Régia, onde se imprimam exclusivamente toda a legislação e papéis diplomáticos, que emanarem de qualquer repartição Real serviço, ficando inteiramente pertencendo o seu governo e administração à mesma secretaria¹¹².

A transferência da Corte para o Brasil, em 1808, mudou completamente o status, os costumes e a face da Colônia, que passou a Vice-Reino. Trouxe a modernidade ao trópico sedento de luzes, incluindo na bagagem a palavra Imprensa. Assim, em 10 de setembro daquele mesmo ano, para fazer frente ao sucesso, à influência do jornal de Hipólito da Costa, a Imprensa Régia recém-instalada tirou do prelo a primeira edição da Gazeta do Rio de Janeiro, de decano dos jornais chapa branca do país. Semanal no início, três vezes por semanal depois, tinha míseras quatro páginas e preocupava-se mais com o que ocorria na Europa, quando as trivialidades deixavam algum espaço para os temas sérios. Do Brasil informavam muito pouco, nenhum problema, a ponto de o concorrente lastimar que se gastasse tão boa qualidade de papel em imprimir tão ruim matéria.

A Imprensa Régia fundada no Rio de Janeiro em 1808 deu início à Imprensa escrita no país. Do primeiro número da Gazeta saiu o primeiro anúncio na Imprensa, anúncio da tipografia de dois livros que seriam distribuídos, um sobre a invasão francesa de Portugal e outro sobre o livre comércio.

¹¹² SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

Cabe destacar que a implantação da Imprensa não constitui uma iniciativa isolada, mas vinculou-se a um complexo de medidas governamentais capazes de proporcionar o apoio infra-estrutural para a normalização das atividades da Coroa Portuguesa, aqui instalada de modo provisório.

As circunstâncias pelas quais a Corte emigrara para a Colônia impunham um conjunto de necessidades a que a Imprensa viria inevitavelmente a atender. Por um lado, a expectativa acerca dos acontecimentos que se desenvolviam na Europa como resultado do Bloqueio Continental organizado por Napoleão, e dos próprios fatos que ocorriam na nova sede do Governo, tornava imprescindível a obtenção de informações correntes e não só esporádicas por parte da elite de reinóis. Por outro lado, a criação de escolas superiores e demais instituições culturais, bem como a dinamização do comércio, exigia a produção de livros e publicações de diferentes tipos de expedientes. Talvez, por isso mesmo, o decreto de Dom João fora redigido de modo a dar abertura para eventuais solicitações, diversas do objetivo principal como se pode depreender do item que completa o texto anteriormente transcrito; e se possam imprimir todas, e quaisquer outras obras¹¹³.

O primeiro periódico brasileiro, *A Gazeta do Rio de Janeiro*, tinha a função de divulgar toda informação oficial emanada do Poder Real. Os periódicos produzidos pela iniciativa privada apareceram mais tarde. As Províncias logo reivindicaram permissão para publicar. A Bahia teve sua

¹¹³ Ipanema apud MARQUES DE MELO. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

primeira tipografia aprovada em 5 de fevereiro de 1811, e Pernambuco, em 9 de novembro de 1816. O próprio documento de permissão especifica que nada seria publicado sem passar pela censura.

Dividida entre o oficialismo e a oposição, a Imprensa brasileira atravessou os primeiros anos. Os jornais oposicionistas seguiam editados em Londres, entrando clandestinamente no país, caso do *O Investigador Português* e do *O Espelho Português*. Outros, evidentemente, ganhavam a autorização real para a impressão local, como sucedeu em 1811 com “*A Idade d’Ouro do Brasil*” publicado na Bahia, pela tipografia de Manuel Antônio da Silva Serva, sendo o primeiro periódico produzido pela iniciativa privada de circulação regular no país. A atividade editorial, embora incipiente, estava sob o controle do poder real que se instalara na Colônia, cujo primeiro ato significativo ocorreu mais tarde, quando Dom João VI deixou o Brasil em 1821 e decretou, no dia 2 de março, a abolição da censura prévia e regulou a liberdade de Imprensa até que fosse elaborada uma nova regulamentação. Sabe-se que o decreto não terminou com a censura, mas alterou a maneira de exercê-la, sendo aplicada nas provas impressas, e não sobre os originais manuscritos¹¹⁴.

Quando a temperatura política do país elevou-se, com a partida de D. João VI e a Regência de Pedro I, a ânsia de independência que ambas provocaram, a Imprensa se fez cada vez mais oposicionista e a estridência dos jornais aumentou. *O Preciso*, de José Luiz de Mendonça, instigou os

¹¹⁴ CARVALHO, Kátia de. **Imprensa e informação no Brasil, século XIX. Ciência da Informação** – Vol. 25, número 3, 1996.

revolucionários de 1817 em Pernambuco e consagrou-se como o primeiro jornal republicano da História brasileira.

No turbulento processo de evolução política porque passavam Portugal e Brasil, as influências eram recíprocas. Assim, a Revolução Portuguesa de 1820, estimulava a esquerda brasileira e com ela o aparecimento de muitos periódicos, inclusive nas Províncias. O clima de tensão política dava a tônica ao Jornalismo.

Em 1821 a 1822, surgiram apenas no Rio de Janeiro mais de 20 publicações, praticamente todas de caráter político. A circulação era restrita aos centros urbanos. Os veículos com tiragens reduzidas e não diárias não apresentavam capacidade de chegar até as Províncias. É discutível, inclusive, se esta era uma preocupação de então. Os jornais serviam para formar uma consciência social ou eram apenas panfletos de tendências ideológicas? No seio desta efervescência jornalística, vale ressaltar o surgimento do que deve ter sido o mais importante dos veículos: O Diário do Rio de Janeiro, cuja existência foi de 56 anos. A publicação se concentrava nos assuntos econômicos, em especial, as atividades de comércio¹¹⁵.

Em 1º de abril de 1822, o Paraense começa em Belém sua luta em favor da liberdade, que para ele é valor mais alto que a própria independência. Seu responsável, Felipe Alberto Patrone é perseguido e preso, ficando o jornal aos cuidados de um cônego que, por sua vez, deixa-o com outro cônego, Silvestre Antônio Pereira da Serra, que o sustém até 1823, quando então não é mais possível continuar a luta. Mas toda essa

¹¹⁵ LUSTOSA, Isabel. **Insultos Impressos – A Guerra dos Jornalistas na Independência 1821-1823**, Cia da Letras, São Paulo, 2000.

evolução esta intimamente ligada: liberdade e independência terminam por se encontrar no movimento da Cabanagem.

As ideias liberais continuavam a serem disseminadas através de sociedades secretas e de uma parte progressista do clero. É necessário ressaltar que foi das fileiras do clero que surgiram os primeiros jornalistas brasileiros, dentre os quais se destaca o padre-mártir da República do Equador, Frei Caneca. A tentativa da criação da Imprensa na área mais desenvolvida do país - o Nordeste - vinha sendo tentada ao longo dos séculos, mas nem mesmo o príncipe Maurício de Nassau, que conseguiu introduzir uma nova dinâmica cultural em Pernambuco, logrou instalar sua desejada Imprensa.

Em 1º de agosto de 1822, o abuso à liberdade de Imprensa faz sua primeira vítima brasileira: é Soares Lisboa, processado por sua atuação em favor da Constituinte. A luta pela independência se mantém acesa e a repressão mais acesa ainda. Apesar de toda a perseguição contra a Imprensa, ela já possui um lastro suficiente para resistir, mesmo em condição adversa. Há lacunas na historiografia brasileira referentes à falta de liberdade de Imprensa na época: só nas áreas rebeldes isto era encontrável.

Todavia, a liberdade de Imprensa, tão discutida, não excluía a lentidão e as consequências de sua implantação tardia, cuja transmissão à distância era inexistente. O cabo submarino somente foi utilizado a partir de

1850, viabilizando, assim, a comunicação com o exterior, enquanto internamente, o correio interligava algumas cidades brasileiras¹¹⁶.

Excetuando-se, porém, as regiões que dispunham de certo nível de progresso (Rio e Salvador), já na época de dependência a Portugal, a Imprensa só muito lentamente iria se expandir por todo o país. Esse processo levaria cerca de trinta anos, a partir da emancipação política, para se completar, abrangendo todas as unidades provinciais, como se pode ver na cronologia apresentada no quadro 1¹¹⁷:

Estado	Ano de funcionamento regular das atividades de impressão tipográfica.
1ª Fase	
Rio de Janeiro	1808
Bahia	1811
2ª Fase	
Pernambuco	1821
Maranhão	1821
Pará	1821
Minas Gerais	1821
3ª Fase	
Ceará	1824
Paraíba	1826
São Paulo	1827
Rio Grande do Sul	1827
Estado do Rio	1829
Goiás	1830
Santa Catarina	1831
Alagoas	1831
Rio Grande do Norte	1832
Piauí	1832
Sergipe	1832
Espírito Santo	1840
Mato Grosso	1840
Paraná	1849
Amazonas	1852

Quadro 1– Cronograma da Imprensa no Brasil
Fonte: Rizzini (apud MELO, 2003).

¹¹⁶ CARVALHO, Kátia de. **Imprensa e informação no Brasil, século XIX. Ciência da Informação** - Vol 25, n. 3, 1996.

¹¹⁷ RIZZINI apud MARQUES DE MELO. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

Em 1853, é editado o primeiro jornal diário, O Constitucional, em São Paulo. Mas o grande sustentáculo da Imprensa é o pasquim que se espraia por todo o país, que, embora com vida efêmera, era sempre causador de grande impacto.

Um fato chave se dá em 1874: nas partilhas internacionais do novo filão de lucros, em que se transformou a indústria da informação, a agência francesa de notícias Reuter-Havas recebe o Brasil como seu campo de exploração. Aqui se instala e permanece por 71 anos. Imediatamente, todos os jornais passam a ocupar suas páginas com matérias compradas da agência.

Também, o aparecimento da Gazeta de Notícias, em 1874, de Ferreira Araújo, marca um novo acontecimento jornalístico por ser ele liberal popular e barato.

O término da Guerra do Paraguai, a Lei do Ventre Livre, a luta dos abolicionistas contribuem para aumentar as preocupações dos donos de terra e acirrar os debates políticos. Os ideais republicanos predominam nas polêmicas jornalísticas. Assim, o número de jornais aumenta.

Não se observava maior mudança na Imprensa decorrente da proclamação da República. Em 1889, a Imprensa brasileira seria um reflexo do estado social decorrente do governo paterno e anárquico de Pedro II. Havia de um lado uma Imprensa solidamente estruturada, de caráter empresarial, comercialmente competente, visando mais penetrar em todos os meios e estender o círculo de seus leitores para aumentar o valor de sua publicidade, do que empregar sua influência na orientação da opinião

pública. A Imprensa em conjunto não procura orientar a opinião por um caminho bom ou mau; ela não é um guia, nem compreende sua função educativa; ela abandona o povo à sua ignorância e à sua apatia¹¹⁸.

Quando a República foi proclamada em 1889, Quintino de Bocaiúva, diretor de O País, do Rio, Salvador de Mendonça, ex. diretor do O Ipiranga, de São Paulo, e Ruy Barbosa, foram chamados a participar do governo. Era o reconhecimento da importância da Imprensa no advento do novo regime. Mas, como em todas as Eras o poder jamais conviveu bem com a liberdade absoluta de que o Jornalismo carece e, a lua-de-mel durou pouco. O Marechal Deodoro logo restabeleceu a censura no país e proibiu a remessa de jornais de uma unidade à outra da Federação, argumentando com a necessidade de conter a reação monarquista. Os jornalistas que lutaram pela República em breve se viram em combate novamente, defendendo a integridade do regime e cobrando seus compromissos com a justiça e a democracia: voto secreto, democratização do ensino bem como a atualização da legislação social.

Se a Imprensa retornou às trincheiras, nem por isso o fez a partir de quartéis. Ao contrário, os jornais atravessaram a última década do século XIX e chegaram ao século XX montados em grandes capitais, estrutura de produção complexa e, sólida sustentação comercial. Neste período de transição, surgiram diários que persistem até hoje, formando pilares da Imprensa de circulação nacional e dos principais mercados jornalísticos do país. Em 1892, Júlio Mesquita comprou o Estado de S. Paulo, a antiga Província, que fora rebatizado em 1890. Em 1894, o Jornal do Brasil cria a

¹¹⁸ LECLERC apud SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

primeira coluna para o cinema, sob o título kinetoscópio, que depois passou a ser designada como Bolinando.

A Imprensa gradualmente vai se transformando: surgem periódicos especializados; o esporte, a medicina, a literatura, o direito e a música são cuidadosamente tratados. Ampliam-se os jornais em língua estrangeira: alemão, francês, inglês e italiano. Sua força não podia ser ignorada; por isso Campos Salles, em cujo governo se dá a passagem do século, não teve dúvida em comprar a adesão da Imprensa. Dessa forma, os jornais passam a dar prioridade aos fatos políticos. Reduz-se o número de jornais. Os remanescentes se modernizam e revendem seus equipamentos substituídos para os jornais do interior. A evolução da publicidade atrai para o seu campo respeitáveis homens de letras que se põem a seu serviço.

Assim, pode-se dizer que da Velha Republica ao Estado Novo, a Imprensa passa por um processo de evidente evolução. Desde o final do século anterior, até o Estado Novo, um fenômeno significativo ocorre no campo da comunicação: o surgimento da Imprensa operária, cujos protótipos foram O Proletário (1847, Recife) e o Jornal dos Tipógrafos (1858, no Rio de Janeiro). Se na base de todo o desenvolvimento da Imprensa estava o seu produtor, o operário gráfico, não é de se estranhar que fosse ele o grande animador desse episódio da história da Imprensa.

Desta forma, na passagem do século, o número de jornais editados em português pelos movimentos operários, já ultrapassava a casa dos cinquenta. Os trabalhadores cada vez mais se organizavam para a autoproteção. A Imprensa capitalista se fortalecia com o início da

industrialização, todavia foram os jornais populares, ligados às organizações anarquistas e socialistas que organizavam os trabalhadores, sobretudo os estrangeiros imigrantes.

A década de 20, marcada pela crise das oligarquias que sustentavam a República Velha, com a instabilidade econômica e intensa agitação política e social, assistiu o surgimento de novos veículos de importância na história da Imprensa brasileira. Surge o rádio, um importante veículo de comunicação. Jornais como O globo, a Folha da Manhã, e o Diário da Noite, são fundados em 1925, o Diário Carioca em 1928, o Diário de São Paulo em 1929. Sendo que todos se ocupavam dos acontecimentos políticos, analisariam o ideário do Tenentismo e cobririam as Revoluções de 1924 e 1927. Vale destacar que neste período, os Diários Associados compram, lançam ou controlam jornais em todas as regiões do país e investem também em emissoras de rádio, o novo veículo de comunicação surgido em 1922.

Durante a Primeira Guerra Mundial, já se podiam notar mudanças significativas no plano técnico das comunicações: melhores serviços de telégrafo, ilustrações por clichês e fotografias de qualidade superior. A competição americana era ferrenha, mas os europeus conseguiam predominar, influenciando no sentido de uma Imprensa de estilo formal.

Em 1932, a situação dos jornais ainda não se normalizara. Novos periódicos eram criados e, com eles, novas oposições ao governo. Nesse mesmo ano, o movimento chamado Constitucionalista insurge-se e é derrotado. Serve, entretanto, de base para novas pressões que redundam

na elaboração de uma nova carta e a eleição indireta de Getúlio Vargas para a presidência.

Em novembro de 1937, o golpe militar liderado por Góis Monteiro e Eurico Dutra mantém Vargas na presidência com plenos poderes e ele fecha o Congresso. Está instalado o Estado Novo. Entra em vigor a nova Constituição, apelidada de “Polaquinha”. A censura se faz conforme o modelo nazista: do centro do poder até as bases da produção e difusão da notícia. A corrupção de jornalistas e donos de jornais é um ponto de convergência dos diferentes críticos do regime: “Jornais enriqueceram os diferentes críticos do regime: jornalistas se corromperam, o quanto era possível enriquecer-se e corromper-se”.

O Estado Novo durou de 1937 a 1945, e enquanto durou exerceu, através do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) o controle férreo sobre a Imprensa em geral. Sua ação sobre setores mais restritos atinge seu objetivo. Consegue desmobilizar a Imprensa feminina e a Imprensa operária. Nesse tempo entra no mercado o Gibi, o Suplemento Juvenil e o Globo Juvenil. Estes são apenas pequenos sinais da influência direta do capital estrangeiro sobre a Imprensa brasileira. A Imprensa era mais uma grande avenida pelo qual entrava, sem cerimônia, o “American Way of Life”. Com ele, os heróis e os lixos.

Na década de 1970, face ao rápido desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação e, face a concentração violenta do poder nas mãos de poucos países contra os demais, o debate internacional atingiu um clima de verdadeiro confronto. Era preciso que se tentasse analisar com a

profundidade e abrangência possível, a questão mundial da comunicação e que se propusesse medidas concretas de solução aos impasses criados.

Nesse sentido, a 19ª Conferência Geral da UNESCO, realizada em Nairóbi, em 1976, incumbiu seu Diretor-Geral, Amadou Mahtar M'Bow, de estudar a questão. Para isto, foi criada a Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, presidida pelo jornalista, jurista e político irlandês Seam MacBride, prêmio Nobel e prêmio Lênin da Paz. Compunham a comissão especialistas dos Estados Unidos, França, União Soviética, Canadá, Holanda, Países da Ásia, África e América Latina.

Tendo como meta uma nova ordem mundial mais justa e eficaz na informação e na comunicação, esse grupo produziu um relatório minucioso sobre a questão. Como não poderia deixar de ser, a concentração crescente do controle de informação está ligada ao poder econômico e ao aparecimento de novas gerações das novas tecnologias.

Segundo o documento do Centro de Informações do Exército (CIEEx), havia em 1979, mais de 100 jornais alternativos no Brasil, destacando-se entre eles o Pasquim, O Movimento, e o Em Tempo. A existência da maioria desses jornais era efêmera. Poucos como o Pasquim se mantiveram ao longo dos anos.

Cabe destacar ainda que a Imprensa teve também papel fundamental na campanha das diretas já, na campanha eleitoral de 1984 e na implantação dos planos econômicos do novo governo. Funcionou como um aparato básico na criação de um clima emocional de adesão e de confiança dos dirigentes. Hoje se sabe analisar as repercussões do Estado Novo sobre a Imprensa. Mais alguns tempos e, se saberá o que aconteceu

de velho e de novo das décadas de 80, 90 e 00. Em suma, os anos recentes, a Imprensa enraíza-se no mercado, adota técnicas de marketing, reformula constantemente produtos e conquista consumidores. Privada, mantém o compromisso com o interesse público, fiscalizando o Estado, esclarecendo o cidadão.

3. Evolução da Legislação da Imprensa no Brasil

Vale salientar que no que se refere à Imprensa brasileira, é fácil hoje compreender como a restrição à sua liberdade interessava às forças feudais europeias, à metrópole lusa e seu governo, enquanto a sua liberdade interessava à burguesia europeia e às forças internas que, aqui, lutavam contra o colonialismo.

O conceito de liberdade de Imprensa sofre uma mudança fundamental. Na sociedade capitalista, a liberdade de Imprensa é condicionada pelo capital, depende do vulto dos recursos de que a empresa dispõe e, inclusive, do grau de dependência em relação às agências de publicidade¹¹⁹. Nesta época, os jornais que se destacam são aqueles que se transformam em verdadeiros catálogos de publicidade, a exemplo da edição domingueira *d'O Estado de São Paulo*. Outro fator limitante da Imprensa é o controle do noticiário, exercido pelas agências, todas estrangeiras, distribuidoras de informação, tais como Associated Press, United Press International (ambas americanas), Reuters (inglesa) e France

¹¹⁹ SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

Press. Em geral, essas agências são ligadas não apenas aos grandes consórcios da Imprensa em seus países de origem, mas também aos grandes trustes e monopólios industriais.

O que se pretende nesta verificação, é traçar um breve histórico da evolução da legislação referente à Imprensa no Brasil até a elaboração da atual Constituição. É bom destacar, que as mudanças ocorridas sempre acompanharam as oscilações da vida democrática em nosso país, sendo a liberdade de manifestação do pensamento a primeira a ser golpeada nos períodos autoritários, como aconteceu em 1937 ou, mais recentemente, em 1967.

As legislações brasileiras, no que se refere à Imprensa, são anteriores à Proclamação da Independência. Naquela época, em que o Brasil era Colônia da Corte Portuguesa, não existia no país legislação referente à matéria, aplicava-se aqui a lei portuguesa de 12 de julho de 1821, inicialmente, posta em execução na Bahia.

Essa lei versava que a contenção dos excessos na livre manifestação do pensamento pela Imprensa, seria exercida pelo Júri, onde o conselho de sentença era chamado de Juízo dos Jurados compostos por 24 cidadãos escolhidos pelo Regente. A formação do Juizado de Fato ou Júri Escabinado, foi oficializado no Decreto de 22 de Novembro de 1823, outorgado por Dom Pedro I. O Júri Popular continuou tendo competência para julgar os crimes de Imprensa.

Vale salientar que sob a influência das modificações na Constituição Portuguesa, em 1821, veio a abolição efetiva da censura prévia e, em decreto de 1822, além da proibição do anonimato, sujeitava-se a

juízo do júri os autores de delitos de Imprensa acusados pelo Procurador da Coroa.

No Império, o assunto começou a ser tratado no Brasil pelo sistema de censura prévia, armando os censores régios de poderes para fiscalizar o mercado de livros, para sua autorização e, logo em seguida, exigindo-se a licença do desembargo do Paço.

As penalidades aplicáveis eram as do Decreto das Cortes Portuguesas de 4 de junho de 1821, porquanto as leis antigas a semelhantes respeito são muito duras e impróprias às ideias liberais dos tempos em que vivemos - dizia o próprio decreto de 18 de junho. Entretanto, os pasquins, as proclamações incendiárias e outros papéis não impressos, recaíam sob a sanção severa dos dispositivos antigos.

A primeira Constituinte brasileira não votou nenhuma lei definitiva, apesar do disposto no art. 13 do projeto em que os escritos não são sujeitos à censura nem antes, nem depois de impressos e, ninguém é responsável pelo que estiver escrito ou publicado salvo nos casos e pelo modo que a lei apontar.

Apesar da indisposição do Imperador com a Imprensa, a Constituição de 25 de março de 1824 passou a vigorar e incluiu a seção que tratava das garantias dos direitos civis e políticos dos cidadãos, bem como a liberdade de expressão de pensamento, reformulando alguns princípios que vinham desde a Idade Medieval. Estabelece em seu art.179:

Todos podem comunicar os seus pensamentos, por palavras, escritos e publicá-los pela Imprensa, sem dependência de censura; contanto que hajam de responder

abusos que cometerem no exercício deste direito, e pela forma, que a lhe determinar.

Porém, por decisão do Príncipe D. Pedro, em 22 de novembro de 1823, foi decretada a lei, proposta pela Comissão de Legislação, constituída por 46 artigos, na época em que a capital presenciava atos revolucionários, aos quais D. Pedro I atribuía responsabilidades à Imprensa. Esse projeto estabelecia regras novas no julgamento dos delitos de Imprensa. Criava um corpo de sessenta jurados eleitos por ocasião da escolha e, dentre os quais, seriam sorteados os nove cidadãos com que se formaria o conselho julgador. A responsabilidade era do autor, ou tradutor e, na falha desses, do impressor, obrigado a gravar o seu nome nos impressos que estampasse, sob pena de multa¹²⁰.

Todavia, impasses jurídicos e sociais que perduraram até o final do século XX surgiram já na fase de construção do Estado soberano, sendo uma lamentável deformação histórica a Constituição imposta pelo Imperador, em 1824.

Com a alteração da lei de 20 de setembro de 1830, que modificava o regime em todos os seus aspectos salientes, como a responsabilidade, que se precisava e regulamentava claramente; as penalidades que se alteravam no sentido de maior severidade das multas, e o processo, que se mantinha na alçada do júri, mas este se desdobrava em júri de acusação e júri de julgamento. Logo em seguida, em 16 de Dezembro de 1830, publicava-se o Código Criminal, aceitando as ideias gerais do

¹²⁰ LIMA SOBRINHO, Barbosa. **O problema da Imprensa**. Coleção Clássicos do Jornalismo Brasileiro, 1923, p. 107.

decreto, sendo que as penalidades atenuaram-se, apesar de nos delitos contra particulares terem se tornado mais severas, como por exemplo, no caso de calúnia, onde a pena passou a ser de prisão de 8 meses a 2 anos.

No regime da lei de 1823 e 1830 e pelo próprio Código Criminal, os dispositivos severos se emaranhavam nas disposições processuais, de que salientava a divisão do júri em dois. De si mesmo difícil a constituição do júri, imagine-se como não parecia improfícuo um sistema duplo, dotado de um júri de acusação e outro julgamento¹²¹

Esse regime legal prevaleceu até 1890, data do novo Código Penal. É importante observar, que em 3 de dezembro de 1841, sobreveio importante alteração na parte processual, na qual se extinguia o júri de acusação, entregando-se suas funções aos juízes de Direito.

O Código de 1890 atenuou as penalidades, sendo a pena máxima de seis meses de prisão, quando antes podia chegar a 4 anos e conservando as sanções anteriores relativamente aos particulares.

Vê-se que o Código não atendeu cuidadosamente à figura delituosa de que é instrumento a Imprensa. Regulou-o em artigos dispersos e escassos revelando ainda outra tendência de nossa legislação: à medida que nos afastamos da independência, moderamos o nosso rigor contra os crimes de Imprensa e desdenhamos legislar sobre eles talvez porque tenhamos gozado de tempos mais serenos. As duas leis de imprensa mais minuciosas que possuímos, não são os dois códigos gerais, mas as de 22 de novembro de 1823 e de 26 de setembro de 1830, épocas de grande agitação¹²²

No Código de 1890, os delitos de Imprensa agrupavam-se em três classes:

¹²¹ Ibidem.

¹²² Ibidem.

- a - provocação de conspiração e de resistência às leis. Pena: prisão celular de um a três anos;
- b - calúnia;
- c - injúria.

Constituía calúnia, nos termos do Código, a “falsa imputação feita a alguém de fato que a lei qualifica crime”. Para o conceito de injúria não se faz mister que o fato imputado seja crime previsto em lei. Julgar-se-á injúria, diz o Código: a) a imputação de vícios ou defeitos, com ou sem fatos especificados que possam expor a pessoa ao ódio ou desprezo público; b) a imputação de fatos ofensivos da reputação, do decoro e da honra.

Quanto às regras processuais, o novo regime federal as retirou da competência da União, confiando aos Estados, uma vez que estes deixavam a competência de prover a própria organização judiciária.

A Constituição de 1891, assim estabelece no artigo 72, parágrafo 12:

Em qualquer assunto é livre a manifestação do pensamento pela Imprensa, ou pela tribuna sem dependência de censura, respondendo cada um pelos abusos que cometer nos casos e pela forma que a lei determinar. Não é permitido o anonimato.

Tal princípio prevaleceu até 1923 quando através do decreto de 17 de janeiro de 1923, nº 4269, tendia-se à defesa da organização social e determinava o delito praticado pelos meios publicitários.

Também como consequência dos excessos da campanha em torno da sucessão presidencial, em que fora vitoriosa a candidatura de Artur

Bernardes, promulgou-se nova Lei de Imprensa, vigorosamente combatida pelas correntes liberais, que foi a Lei 4743 de 31 de outubro de 1923.

A Lei nº 4.743 de 31 de Outubro de 1923, conhecida como Lei Adolfo Gordo, em referência ao seu relator no Senado, foi um verdadeiro bombardeio sobre os jornalistas, devido a instabilidade política e a vigência do Estado de Sítio. O projeto trazia uma inovação: a teoria da responsabilidade solidária, substituindo a tradição legislativa da responsabilidade sucessiva para os crimes de Imprensa e a censura prévia¹²³.

Com a Revolução de 1930, começou uma reação liberal na Lei 24.776 de 13 de junho de 1934, juntamente com o disposto no art. 113, inciso 9 da Constituição então aprovada:

Em qualquer assunto é livre a manifestação do pensamento, sem dependência de censura salvo quanto a espetáculos e diversões públicas, respondendo cada um pelos abusos que cometer, nos casos e pela forma que a lei determinar. Não é permitido o anonimato. É assegurado o direito à resposta. A publicação de livros e periódicos independe de licença do poder público. Não será tolerada propaganda de guerra ou de processos violentos para subverter a ordem política ou social.

Entretanto, tal reação foi de curta duração, substituída pelo Estado Novo, sendo à disposição do art. 122 da Constituição de 1937, a mais abrangente sobre o assunto, dando poderes de controle absoluto ao Estado, chegando ao requinte de na alínea “c” do inciso 15, afirmar que

¹²³ RAMOS, Marília Acordi. **Crimes da Lei de Imprensa – Lei 5.250/67**. Disponível em: <http://paginas.terra.com.br/educacao/gentefina/limprensa.htm>. Acesso em: 18 de maio de 2004.

nenhum jornal pode recusar a inserção de comunicados do Governo, nas dimensões taxadas em lei.

O Estado Novo caracterizou-se pelo controle absoluto das informações sendo inclusive criado o famoso DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda, possibilitando ao governo, o controle e a responsabilidade pelas informações, como visto no parágrafo anterior.

Vale ressaltar que a Constituição de 1937 garante a liberdade de pensamento, mas, nos limites prescritos em lei, como a censura prévia (art. 122, inciso 15, letra a); providências destinadas à proteção do interesse público, bem estar do povo e segurança do Estado (art. 12, inciso 15, alínea c).

E, por fim, a Constituição de 1937 estabeleceu que máquinas, caracteres e outros objetos tipográficos utilizados na impressão do jornal constituem garantia do pagamento de multa, reparação ou indenização. Todavia, a garantia poderá ser substituída por uma caução depositada no princípio de cada ano e arbitrada pela autoridade competente, de acordo com a natureza, a importância e a circulação do jornal (art. 122, inciso 15, alínea f).

Em dezembro de 1939, através do Decreto 1.949, que dispunha sobre o exercício das atividades de Imprensa e Propaganda no território nacional, foram estabelecidas restrições à liberdade de Imprensa, ficando a cargo do Departamento de Imprensa e Propaganda o controle de tais atividades. Com a queda do Estado Novo, o governo provisório de José Linhares procurou estabelecer regras liberais, cassando a censura prévia da Constituição da Ditadura, estabelecendo, através do Decreto-Lei nº 8.356 de

12 de dezembro de 1945, normas que eliminavam os órgãos encarregados da repressão e da censura e, restabelecia a vigência do Decreto nº 24.776/34¹²⁴.

Logo após, com o retorno do regime democrático, advém a Constituição liberal de 1946 dispendo em seu art. 141, parágrafo 5º.

É livre a manifestação do pensamento, sem que dependa de censura, salvo quanto a espetáculos e diversões públicas, respondendo cada um nos casos e na forma que a lei preceituar, pelos abusos que cometer. Não é permitido o anonimato. É assegurado o direito à resposta. A publicação de livros e periódicos não dependerá de licença do poder público. Não será, porém, tolerada a propaganda de guerra, de processos violentos para subverter a ordem política e social, ou de preconceitos de raça ou de classe.

Vale ressaltar também, que com o advento da Lei 2.083 de 12 de novembro de 1953, que estabelecia a convocação do júri popular para o julgamento de crimes de Imprensa, tais princípios liberais prevaleceram até 1964. O golpe de Estado de 1964, deu origem à lei nº 5250 de 9 de fevereiro de 1967, com tradição arbitrária e, à disposição constitucional contida no art. 153, parágrafo 8º da Constituição de 1967.

É interessante notar que tanto neste dispositivo como na Constituição de 1946, dispõe-se que não será tolerada propaganda de subversão da ordem e também que é livre a manifestação do pensamento, sem que dependa de censura, ressalvado quanto a diversões e espetáculos públicos, respondendo cada um pelos abusos e assegurado o direito de resposta.

¹²⁴ RAMOS, Marília Acordi. **Crimes da Lei de Imprensa – Lei 5.250/67**. Disponível em: <http://paginas.terra.com.br/educacao/gentefina/imprensa.htm>. Acesso em: 18 de maio de 2004.

A lei 5.250, do dia 22 de janeiro de 1967, sofre fortes críticas da sociedade civil, da oposição do governo no Congresso e, inclusive de setores ligados ao governo do presidente Humberto Castelo Branco, que criticavam aspectos “liberticidas” do projeto. O texto causou muita polêmica, apresentando aberrações, o que para muitos, demonstrava a hipótese do Planalto querer fazer do projeto, uma moeda para negociação. A ideia seria a retirada do texto em troca da manutenção de dispositivos autoritários no texto constitucional. A Associação Brasileira de Imprensa (ABI) exigiu a retirada do projeto.

A Imprensa estrangeira, inclusive a simpática ao regime, como o jornal francês “Lê Fígaro” criticou o projeto. Chegaram protestos de jornais americanos, da Associação Interamericana de Imprensa e, do Instituto Internacional de Imprensa, sediado na Suíça e reunindo editores de 51 países ocidentais. No Congresso, parlamentares da Arena e do MDB apresentaram 363 emendas, tentando ainda, a apresentação de um substitutivo.

Através do expediente regimental do voto de liderança, o governo conseguiu a aprovação da Lei de Imprensa, quinze minutos antes que expirasse o prazo para a votação. Não se conseguiu, por exemplo, a manutenção da convocação do júri popular para o julgamento de “crimes de Imprensa”, conforme previa a Lei de Imprensa anterior, de 12 de novembro de 1953. Para muitos, a democracia recebeu um enterro de terceira classe.

Com a restauração do poder civil, começou um movimento pela remoção do chamado “entulho autoritário”, em que a Associação Brasileira

de Imprensa - ABI apresentou 28 emendas, ainda não incorporadas ao texto legal.

Com o processo da constituinte de 1988, a discussão sobre as liberdades públicas foi intensa, resultando numa série de dispositivos que procuravam assegurar a livre manifestação do pensamento. O Art. 5º, do capítulo dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, talvez um dos melhores resultados da Constituinte, estabelece no inciso IV que: “É livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato.”

Entretanto, assegura no inciso XIV, o sigilo profissional: “É assegurado a todos o acesso à informação e resguardando sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.”

A censura não existe conforme o inciso IX: “É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.”

Na mesma linha, o art. 220 dispõe que:

A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observando o disposto nesta Constituição.

Parágrafo 1º

Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social.

Parágrafo 2º

É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

A Constituição só abre uma exceção, quando decretado o estado de sítio, estabelecendo no art. 139, inciso III:

Restrições relativas à inviolabilidade da correspondência, ao sigilo das comunicações, a prestações de informações e à liberdade de Imprensa, radiodifusão e televisão, na forma da lei.

A Constituição também garante o direito de resposta, a inviolabilidade da intimidade, da vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurando o direito à indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação (art. 5º, inciso V e X).

CAPITULO V

O PODER DO JORNALISMO

1. Jornalismo de Referência - Jacques Kayser

Vale destacar que neste item são apresentados de forma sucinta alguns aspectos do Jornalismo de referência de Jacques Kayser na visão de José Marques de Melo¹²⁵.

Devemos ao cientista francês Jacques Kayser a organização de um arcabouço conceitual capaz de definir e compreender o Jornalismo de referência. Em seu estudo pioneiro *Une semaine lê monde* (Paris, Unesco, 1953), ele esboça um panorama comparativo jornalístico diário ao redor do globo, agrupando-o segundo dois critérios de classificação:

a) Territorialidade:

1 – Jornais dotados de legitimidade internacional - cuja circulação transcende às fronteiras nacionais e cujas matérias são frequentemente reproduzidas na Imprensa estrangeira.

2 – Jornais possuidores de credibilidade nacional – cuja qualidade das informações difundidas garante a manutenção de um grande público leitor, liderando a tiragem dentro do país ou figurando no mesmo patamar dos de maior circulação.

¹²⁵ MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

b) Política editorial:

1– Jornais oficiais – mantidos pelos governos ou pelos partidos detentores do poder político nos países comunistas ou nas democracias populares.

2– Jornais comerciais – publicados por empresa jornalísticas competitivas que adotam políticas editoriais do tipo espetacular ostensivamente sintonizados com os apetites do público leitor.

3– Jornais autônomos – editados por empresa jornalísticas que procuram preservar sua independência informativa, equilibrando as demandas dos anunciantes e dos leitores.

O Jornalismo de referência tem validade pública não apenas pelo reconhecimento que lhe tributam as elites dirigentes (governamentais ou empresariais) ou as lideranças da sociedade civil, mas, sobretudo, pela função de agendamento informativo que exerce no interior do sistema midiático. Neste contexto, restringe-se ao segmento dos jornais diários, que atuam como fontes de alimentação contínua da pauta dos telejornais, radiojornais, webjornais, bem como das revistas semanais e outras publicações periódicas. Ressalta-se ainda, que a referência jornalística dá-se não apenas pela primazia que a Imprensa cotidiana devota a uns fatos em detrimento de outros, no bojo do noticiário, mas também, pela valoração dos acontecimentos.

2. Jornalismo e Imprensa

Em tempos de grandes mudanças no mundo, a velha sociedade industrial começa a dar lugar à nova sociedade do conhecimento. Nas comunicações sociais, as mudanças são mais profundas que a invenção da Imprensa.

As relações na sociedade da informação em que vivemos são verticais, escreveu o jornalista italiano Roberto Sávio. Esse verticalismo informativo está implícito no sistema de Informação. Poucas pessoas, normalmente chamadas jornalistas, dirigem mensagens por escrito ou por meio eletrônico a uma grande quantidade de receptores; não há interação, a não ser mudar de jornal ou desligar o rádio e a TV. Enquanto todos têm acesso à informação, um direito humano, poucos têm acesso à produção e à distribuição dela¹²⁶.

Um veículo de comunicação está sempre destinado a apresentar os caminhos e atitudes de uma sociedade. Esta apresentação nunca estará totalmente desvinculada de influências, sejam elas políticas, econômicas ou sociais, que serão sempre fatores importantes a considerar. Por outro lado, não podemos deixar de perceber que, a informação não é uma via de mão única, ela corre em todas as direções.

A Imprensa é o reflexo e o resultado do relacionamento que mantém com a sociedade que a cerca, e conseqüentemente do

¹²⁶ SELIGMAN Milton. **O papel da Imprensa.** Disponível em: <http://www.paremasmaquinas.com.br/art051.htm>. Acesso em: 18 de fevereiro de 2004.

relacionamento que esta sociedade mantém com todos os outros elementos que a completam¹²⁷.

Como a Imprensa foi a primeira forma de mediatizar os conteúdos, bastava-lhe o seu nome para distingui-la. Todavia, atualmente, é mais vulgar designá-la de Imprensa escrita, porque o termo Imprensa começou a caracterizar os *media* que tratam a informação, o que acontece tanto em Rádio, como em Televisão e, nos próprios Jornais. Certo é que o jornalista que na antiguidade era proveniente da Imprensa escrita, atualmente, é comum a todos os meios de comunicação, apenas tem que moldar o seu discurso às características do *medium* que integra.

O Jornalismo é uma prática discursiva que tende sempre a ser expressão de realidade. Isso é uma obviedade, pois ninguém se coloca, no dia-a-dia, em dúvida constante sobre a condição de realidade dos fatos noticiados pela Imprensa. Tal condição se apresenta inquestionável devido a um compromisso de natureza ética que funda o Jornalismo.

A teoria “Ciência Jornalística”, contribuição alemã que se desenvolve no período entre guerras, exemplifica ao máximo a preocupação específica do Jornalismo situar-se teoricamente. Sendo que o objeto de estudo, incluía jornais, revistas e folhetos¹²⁸.

Assim, a pesquisa desse fenômeno se volta então para as características intrínsecas: periodicidade, universalidade, atualidade e difusão. A informação jornalística, tratada assim no nível científico, está

¹²⁷ MUNIZ, Sandra M. R. **O Jornal Gazeta**: as queixas da sociedade capixaba (1969/1970). Vitória: monografia de pós-graduação em teoria da história, na Universidade Federal do Espírito Santo, 1997.

¹²⁸ GROTH Otto. **La Ciencia Periodística**. Eunsa: Pamplona, 1966.

regida por leis, ou melhor, pelas relações funcionais das quatro características. Cada periódico deve voltar, periodicamente, no tempo; a universalidade da informação é aquele ponto de contato essencial “eu e o mundo”, “eu e a natureza” em que todos se encontram.

As relações funcionais das características do fenômeno jornalístico são a parte culminante do esquema teórico de Otto Groth¹²⁹ (1966):

- Primeira Lei: quanto mais amplamente se utilize a universalidade na matéria de um periódico, mais extensa será a difusão do mesmo, sua acessibilidade geral quanto ao número potencial de leitores; ou então quanto mais estreito for o círculo ideal de universalidade, mais estreito será o circuito de difusão. Portanto, a difusão é uma função da universalidade.
- Segunda Lei: quanto mais atualidade se queira dar à matéria de um periódico, mais frequentemente deverá ser publicado. Ou então, quanto menor é o espaço de tempo que medeia entre o fato e a publicação, mais curto será o período entre edições. Quanto maior for o tempo entre o acontecer e sua publicação, mais amplos serão os períodos de aparição. Assim, a periodicidade é uma função da atualidade.
- Terceira Lei: quanto mais intensa ou extensa seja a acessibilidade do periódico, mais extensa ou limitada deve ser também determinada sua universalidade.

¹²⁹ Ibidem.

- Quarta Lei: Quanto mais curtos (ou longos) forem determinados os períodos entre duas edições de um periódico, mais frequentemente aparecerá mais atual, (ou menos atual) será a matéria.
- Quinta Lei: quanto mais universal e atual for um periódico, mais frequentemente deve aparecer, e maior será sua acessibilidade geral.

Assim, aponta-se a importância do jornal como instrumento do capitalismo para a circulação mais rápida de mercadorias e para que as informações sobre exportações, importações e movimento de capital chegue mais depressa e mais diretamente aos componentes do circuito comercial.

Sendo o jornal, um elemento básico de formação e educação das massas e das elites, este pode ser considerado também, como uma reflexão, freio, prudência, mestre experiente dos destinos dos povos, porta-bandeira de suas reivindicações, expressão inteiriça de sua cultura, símbolo mais alto do seu espírito de independência¹³⁰.

Todo jornal cria uma realidade social através de seus processos de manipulação de uma matéria prima chamada informação, extraída da fonte inesgotável do acontecer cotidiano. Eis como os fatos, selecionados e combinados de acordo com a política editorial e, com as formas codificadas do fazer jornalístico, se transformam em relatos que formam parte de um todo chamado jornal, que por sua vez, faz parte de uma totalidade social que deve ser aceitável e aceita como realidade. Nesse sentido, todo jornal é

¹³⁰ RABELO Genival. **O capital estrangeiro na imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

um meio massivo de comunicação, desde que ele contribua para criar a realidade social da sociedade.

O caráter massivo de um meio está prioritariamente dado pela apropriação particular ou estatal do papel de emissor, o que permite falar em nome de outros, coletivizar a informação e desenvolver a capacidade de produzir mensagens periodicamente. Contudo, ser emissor é uma prerrogativa dos meios massivos e não de seus trabalhadores, os jornalistas.

Haja vista que o jornalista tem uma maneira própria de perceber e produzir 'seus fatos'. Sabe-se que os fatos não existem previamente como tais. Existe um fluxo objetivo na realidade, de onde os fatos são recortados e construídos obedecendo a determinações ao mesmo tempo objetivas e, subjetivas.

No Jornalismo, ocorre uma dissociação entre teoria e prática decorrente de duas matrizes teóricas, com diferentes conceitos de realidade e verdade que, por sua vez, leva a duas linhas de publicações que, ao invés de se complementarem, acabam por desconstruir-se mutuamente¹³¹.

Porém, é impossível sustentar técnicas de apuração e redação com base em determinados conceitos e princípios, comparando-as com teorias que põem estes mesmos conceitos e princípios em xeque. Do mesmo modo é impossível fazer teoria do Jornalismo se questionarmos os fundamentos a partir dos quais a prática se orienta. Nesse caso, pode-se fazer teoria política, teoria da dominação, do simulacro tomando como objeto

¹³¹ BOAS, Vilas S. **O Estilo Magazine. O Texto em Revista**. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

o Jornalismo, mas, efetivamente, fica difícil aceitar que se trate de teoria do Jornalismo ou da notícia.

O profissional da Imprensa apreende, ainda na faculdade, as perguntas que devem ser respondidas por uma matéria puramente informativa: o que?, quem?, onde?, por quê?, como? esses elementos fazem crer que a matéria será uma descrição pura e simples da realidade fenomênica, dos acontecimentos. Quanto mais restrito a essas respostas estiver o artigo, mais próximo ele estará, em sua aparência, do fato [...] A notícia objetiva seus atores, cria e impõe estereótipos, faz coincidir com estereótipos (já impostos) e, portanto, produz a objetividade aparente porque atribui ao agente um caráter exemplar, universaliza ao convertê-lo em ponto de referência¹³².

Se forem tomados como princípios éticos, a objetividade, a imparcialidade e a neutralidade, devem dizer respeito à conduta do profissional durante a realização do seu trabalho. Devem ser avaliados em duas instâncias. A primeira é a que funda o Jornalismo: a intenção do profissional em cumprir o imperativo ético que define os fatos da realidade como objeto da atividade. É representada pelo empenho do profissional em cumprir as exigências de ordem técnica, relativa aos procedimentos de correta apuração do fato, de ser competente. Trata-se aqui também das normas que estabelecem a atitude em relação às fontes, de manter o respeito, independente da coloração política dela, e o distanciamento, para evitar interferências que possam interferir na qualidade do trabalho.

Alguns princípios considerados clássicos do Jornalismo são apontados por John Foley como relevantes para a produção jornalística, os quais se baseiam na ideia de esclarecer aos cidadãos, relacionados a

¹³² BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. SP: Ed. Moderna, 1995, p.89-90.

critérios de objetividade que dizem respeito ao suposto poder de verdade contido nos próprios fatos. Embora muito criticada essa ideia sobrevive até hoje, não apenas nos manuais de redação, nas declarações de princípios dos jornais e mesmo em alguns estudos, mas em documentos que pretendem pontificar sobre a humanidade como um todo: em 30 de maio de 2000, o Vaticano divulgou texto no qual apontava o Jornalismo como nada menos que uma profissão sagrada¹³³.

O Jornalismo pode ser definido como:

Um processo social que se articula a partir da relação (periódica e oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (público/receptor) através de canais de difusão (jornal, revista, rádio, TV, cinema, etc.) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais e ideológicos). O fio de ligação entre emissor e receptor é o conjunto de fatos que vão acontecendo. O ponto de tensão entre ambos está na diferença entre o que a coletividade gostaria de conhecer e o que a instituição jornalística quer fazer saber. A garantia da relação social está em íntima dependência do equilíbrio que se estabelece entre os interesses da instituição e as expectativas da coletividade¹³⁴.

Pode-se admitir, em uma primeira abordagem, que o Jornalismo permanece em sua qualidade de texto distinto de outros gêneros, independente do canal utilizado para sua transmissão. No entanto, ao inserir-se o ingrediente "sentido", ou o significado do discurso emitido via gênero jornalístico, é possível perguntar sobre o que acontece com o texto

¹³³ Apud MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em Tempo Real**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

¹³⁴ MARQUES DE MELO, José. **Para uma Leitura Crítica da Comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1985, p.10.

quando ele migra do papel para o papel, reencontrando a última frase da definição de Marques de Melo¹³⁵ onde

a garantia da relação social está em íntima dependência do equilíbrio que se estabelece entre os interesses da instituição e as expectativas da coletividade. Nesta relação é possível detectar alterações. Mas antes é preciso ater-se a definição deste elemento, o dispositivo do sentido.

Escrever para Jornalismo também é uma arte. Mas ser tolerante para reescrever a própria essência do ofício provavelmente, haverá uma espécie de duelo entre duas cabeças representadas pelo editor interno e pela criatividade individual do jornalista. Sendo que a cobertura depende, em parte, da capacidade de criar um aparelho de publicação e demonstrar a sua vontade de participar na teia que sustenta o trabalho jornalístico,

3. Jornalismo Impresso

Não seria exagero dizer que a comunicação constrói a realidade. Num mundo todo permeado de comunicação - um mundo de sinais - num mundo todo teleinformatizado, a única realidade passa a ser a representação da realidade - um mundo simbólico e material.

Em suma, conclui-se que uma coisa existe ou deixa de existir à medida que é comunicada, veiculada. É "por isso que a comunicação é

¹³⁵ Ibidem., p. 67

duplamente poderosa: tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciadas¹³⁶”.

Assim, o Jornalismo é, ao contrário, essencialmente seleção, ordenação, atribuição ou negação da importância de acontecimentos dos mais diversos, que passam a funcionar como se fossem espelhos do mundo.

Os que detêm a comunicação chegam até a definir determinados grupos sociais como sendo melhores ou piores, confiáveis ou não confiáveis, tudo de acordo com os interesses dos detentores do poder. Quem tem a palavra constrói identidades pessoais ou sociais. Em estudos e pesquisas realizadas no campo da comunicação, verificou-se que a opinião pública é preparada com informações sobre determinadas populações de tal modo que isso pode chegar a justificar até mesmo uma invasão de um país adversário.

Por causa da influência que as tecnologias da informação exercem sobre os costumes democráticos, noticiar é hoje a melhor maneira de agir no mundo das pessoas. E, por isso, o Jornalismo se tornou o ambiente onde os grandes conflitos da atualidade se manifestam e se materializam. Um ambiente que a sociedade exige confiabilidade, por isso ético¹³⁷.

O Jornalismo impresso nasce para ser o meio de divulgação da informação, no caso, em forma de notícia. Assim, há mais de 2.000 anos o conceito de jornal vem se confundindo com o conceito de notícia, já que a

¹³⁶ GUARESCHI, Pedrinho A. (org.). **Comunicação e Controle Social**. Petrópolis, Editora Vozes, (1991, p.14).

¹³⁷ CHAPARRO, Carlos **O quarto poder não existe** Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/atualiza/aspas/ent111020001.htm>, 5/10/00. Acesso em: 04 de abril de 2004.

notícia é o principal produto de um jornal. Quando se busca um jornal, estamos atrás de notícias - novidades. É de praxe o associarmos ao extraordinário, haja vista que se trata do mais antigo meio de propagação da informação em massa. Em síntese, o jornal serve para “contar” um acontecimento, da mesma forma, para mais de uma pessoa. Mesmas palavras, mesmas ilustrações e, mesma diagramação.

Os jornais passam no século XVIII de semanais para diários. As informações circunscritas até então à correspondência privada e guardadas sob controle, chegam afinal aos jornais impressos. Os comerciantes eram então conhecidos como *custodes novellarum* (Guardiães das novidades) devido a essa dependência do noticiário público ao intercâmbio privado de informações. Chegavam aos jornais informações do exterior, da Corte e do comércio, em geral as menos importantes; ao lado dessas, as novidades, milagres e catástrofes: resto das informações.

É nesse quadro que as notícias se tornam elas próprias mercadorias sujeitas também às leis de mercado. Há reciprocidade na necessidade do mercado e da informação.

Através da análise do dia a dia, o jornal cumpre a função do observador social, pois retrata aquilo que de mais importante acontece na sua área de abrangência, registrando e imortalizando acontecimentos, costumes e ideias. Não é errado afirmarmos que o jornal é uma espécie de historiador da cidade moderna. O jornal é o cotidiano, a experiência noticiosa em bloco, o diário dos leitores.

Contudo, cabe esclarecer que o jornal é uma mercadoria posta à venda a cada dia, desvalorizada em poucas horas, composta de um número

variável de elementos diferentes, uniformemente apresentados sobre páginas impressas. Esta mercadoria, que uma grande maioria pode comprar, tanto na capital como nos lugares mais afastados, passa pelo menos meia hora por dia, no mínimo, em contato com o mesmo¹³⁸.

É através do Jornalismo impresso que o público tem a chance de refletir, analisar e apreender a informação. O tempo de leitura é próprio a cada consumidor e ele pode experimentar a liberdade de passear seus olhos pelo conteúdo que mais lhe chama atenção – inclusive anúncios. O jornal ainda é facilmente transportável e, sendo uma experiência íntima, cria um laço de afinidade poderoso com seus consumidores. Entretanto, é um meio mais seletivo que os eletrônicos, pois demanda uma habilidade específica do seu consumidor (saber ler) e, também tem um preço contínuo para acesso, ao contrário da mídia eletrônica tradicional que requer apenas tempo.

Tanto para estudar um diário em um longo período de tempo, como para estudar somente alguns de seus números, ou para estudar alguns de seus elementos, convém sempre enaltecer as suas características pessoais. É dizer, estabelecer "seu estado civil". Para tanto, alguns dados serão registrados indispensavelmente, outros somente serão úteis de se conhecer.

Assim, a ficha característica de qualquer diário compreende quinze pontos de muita importância, a saber:

1 - Nome do Diário

2 - Indicação que acompanha o nome

¹³⁸ KAISER, Jacques. **Caracterização da Personalidade dos Jornais**. São Paulo, ECA/USP, 1970.

- 3 - Endereço do departamento administrativo
- 4 - Data da primeira edição
- 5 - Período de circulação
- 6 - Data do primeiro número
- 7 - Zona principal de difusão (Estado todo ou só Município)
- 8 - Preço
- 9 - Formato
- 10 - Número habitual de páginas (segundas, quartas, sextas e domingos) (máximo habitual e mínimo habitual e o número de colunas por páginas)
- 11 - Nome e endereço do impressor
- 12 - Número de edições e, que zonas são cobertas por estas edições
- 13 - Características excepcionais da vida do diário
- 14 - Lugar em que este periódico é arquivado¹³⁹

Vale assinalar, que esta ficha é idealizada para responder aos desejos do investigador.

Hoje em dia, os fatos acontecem e são reportados de forma quase simultânea. Com a mídia eletrônica indo de encontro ao fato, possibilitou-se não apenas que a população acompanhe tudo ao vivo, como

¹³⁹ Ibidem. p. 55

também se solidificou a ideia do instantâneo, da notícia e realidade se confundindo. O “você sabe da última” foi substituído pelo “você está acompanhando a última?”. Pode-se anteciper com segurança boa parte do conteúdo da maioria das empresas jornalísticas, graças a divulgações prévias. Alguns jornais até adotaram esta postura, veiculando comerciais na Televisão e no Rádio, “preparando” o leitor para as matérias do dia seguinte. Hoje podemos ler parte das notícias na Internet antes da sua publicação impressa.

Os jornais e revistas, além de valiosas fontes de notícias desenvolveram ao longo de sua história uma vertente que em muito contribuiu para as suas consolidações enquanto veículos de comunicação: a prestação de serviços. Afinando cada vez mais a sintonia com seu mercado de atuação, as empresas jornalísticas, começaram a explorar o segmento de serviços, primeiro, com os anúncios classificados e, depois, com a criação de colunas fixas de informações úteis, tais como seções com guias e programação de cinemas, restaurantes, shows, eventos e a escalação de profissionais específicos para ajudar o público-leitor nas mais diversas situações: cartas com reclamações, dúvidas de financiamentos e impostos e, espaço para reclamações. O maior dos serviços, representado pelo espaço de classificados. Aqui, a vertente de serviços encontra seu ponto máximo, constituindo-se numa das mais importantes fontes de receita das empresas.

Assim, além de serviço de notícias, os jornais e revistas abriram um canal de interação com seus leitores, dando-lhes voz e um espaço onde sua opinião encontra ressonância. Esta área de conteúdo encontrou concorrência agressiva na internet. Logo os jornais perceberam que não

apenas o serviço de notícias poderia encontrar barreiras. Era preciso encontrar novos caminhos para a expansão da marca, pois o conceito das seções de serviços viu-se multiplicado em centenas de websites específicos, que passaram a explorá-los com mais profundidade. Desta forma passamos a ter guias de cinema, guias de restaurantes, guias imobiliários, de empregos e de serviços de casa.

Graças às facilidades tecnológicas, tais produtos passaram a ser mais atraentes que a versão impressa, despertando o interesse dos consumidores e ligando o sinal de alerta das empresas jornalísticas.

Como consequência imediata teve duas situações: uma primeira com a ampliação do conteúdo destas seções na versão digital dos jornais e uma segunda, mais agressiva, com a aquisição de produtos semelhantes por parte dos jornais.

O caso mais emblemático é a compra do portal Planeta Imóvel pelos grupos Estado e Infoglobo, que uniram sua expertise em varejo de imóveis no Rio de Janeiro e em São Paulo à tecnologia do site, formando assim o maior portal imobiliário do Brasil. Tanto a Infoglobo quanto o Grupo Estado passaram a explorar dois mercados atraentes, de forma simultânea, continuando com a primazia na venda de classificados na versão impressa, fundamental para aqueles que não têm acesso a web (95% da população), e ao mesmo tempo estabelecendo contato com um segmento qualificado que tem acesso a web, passando a contar com um histórico na criação e desenvolvimento de um novo formato comercial para a venda de classificados. É a afirmação de que a versão digital, com todas as vantagens

e sofisticações que permite, representa uma ameaça (mas como veremos também uma oportunidade) para os classificados impressos.

Ao se referir ao surgimento de novas mídias no fim dos anos 90, como as redes de computadores e a Internet, faz-se uma observação oportuna enfatizando, que o desenvolvimento destas mídias como meio de difusão rapidíssimo de informação têm colocado para os jornais impressos bem como o veículo tradicional, o desafio de sobreviver a esses concorrentes. É explícita essa ameaça, bem como a necessidade de encontrar novos caminhos para um Jornalismo cujo público já pode prescindir do noticiário contido naqueles grandes pacotes de papel¹⁴⁰.

Todavia, este momento coloca uma oportunidade única de reposicionamento do Jornalismo como um todo, com grande proveito para os jornais, buscando aprimorar sua estrutura analítica e histórica em substituição à vocação meramente noticiosa, se não por outra razão, porque ela é mais bem exercida pelos novos meios eletrônicos.

Outro ponto que merece destaque, para entender melhor o problema do controle através dos meios de comunicação, é necessário mostrar que numa sociedade massiva, o papel persuasivo não está no indivíduo, mas nos meios de comunicação que dão hoje em dia, as noções de status e grupos de referência ao indivíduo. Somente controlando os veículos de comunicação, pode-se controlar a opinião pública.

Na atual sociedade industrial, os meios de comunicação funcionam como agentes de transformação social. E isso se dá porque eles mantêm o controle social ou o processo pelo qual são provocados estímulos

¹⁴⁰ SERVA, Leão. **Jornalismo e Desinformação**. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

para agir eficazmente sobre pessoas ou grupos, produzindo respostas que funcionam no ajustamento.

Durante o primeiro século da existência do jornal moderno, este foi considerado pelos governos europeus como uma ameaça à classe dominante, somente funcionando sob rígido regulamento. Gradualmente, a liberdade de Imprensa chegou a ser aceita, até que na Revolução Francesa e na luta das Colônias Americanas pela independência, os jornais e os folhetos desempenharam um papel de grande importância na difusão das informações. Atualmente, o governo tem pessoal próprio para a preparação e difusão da notícia e a informação manipulada desde sua fonte por diversos departamentos do governo, constituindo-se em um tipo de controle sobre os meios de comunicação.

Neste contexto, destaca-se que a referência política não é muito frequente nos jornais em circulação na atualidade. Não encontramos um só diário que se denomine “diário político”. Acreditamos que os diários já perderam totalmente sua tendência militante¹⁴¹. No máximo pode conservá-la por tradição, ou se adota como ornamento fonético ou como referência cômoda sem significado. O que significa falta de interesse político da Imprensa atual. Antes, a menção da palavra “política” não era considerada com fator de não motivação, na hora da venda do periódico, incluindo os grandes jornais. Em geral, no passado, as denominações eram mais explícitas do que hoje.

¹⁴¹ KAISER, Jacques. **Caracterização da Personalidade dos Jornais**. São Paulo, ECA/USP, 1970.

4. O Jornalismo na Modernidade

O Jornalismo é um fenômeno universal, todavia suas raízes são europeias. O Jornalismo nasceu com o Capitalismo é com ele que se tem transformado até chegar ao Jornalismo atual, que revela uma grande tendência ao monopolismo, ao transnacionalismo e aos sistemas de produções eficientes, que buscam sobreviver na lógica competitiva da economia de mercado. Entender as manifestações que floresceram nos territórios onde essa inovação cultural se deu pela ação dos colonizadores implica em resgatar os traços originais que permaneceram e vislumbraram as transformações determinadas por contingências históricas.

Por isso, no caso brasileiro não é suficiente fazer remissões àqueles modelos que nos trouxeram os colonizadores lusitanos, mas torna-se imprescindível perceber as determinações que se configuram o padrão transplantado, o descobrir os atravessamentos gerados pelas influências conjunturais, inevitáveis nas trajetórias dos povos e das culturas que giram em torno dos polos hegemônicos do poder¹⁴².

O jornal e Jornalismo, meio e mensagens, multiplicados, atravessaram os séculos contando a História da Humanidade. Densa é a herança do Jornalismo para o homem social.

No Brasil, um dos sinais mais evidentes da transformação modernizante no Jornalismo é a recente preocupação pela automatização e informação de seus processos produtivos, o que lhe permite uma rápida

¹⁴² MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

substituição de mão de obra por sistema de computação, em certas áreas da empresa.

O Jornalismo é indubitavelmente uma das instituições básicas do mundo moderno, surgido daquela mentalidade hierárquica sequencial, e cronológica típica da etapa alfabética e livresca, fase importante e chave da evolução histórica da humanidade. Em suma, o discurso jornalístico é uma modalidade do discurso moderno¹⁴³.

O Jornalismo é, portanto, a principal forma de conhecimento que permite aos cidadãos de qualquer sociedade acompanhar, participar e influir na História do seu tempo.

Embora tenha como resposta às exigências do comércio mundial, que solicitava maiores e melhores informações econômicas, no princípio da modernidade, o Jornalismo assume a partir de sua união à publicidade e às relações públicas, uma posição central na Civilização Ocidental. Central aqui não significa um espaço preponderante e único, haja vista que a própria modernidade comporta diversos centros. A posição central reivindicada apenas pretende destacar que a problemática decorrente da prática jornalística é de fundamental importância a todos que buscam compreender as particularidades da contemporaneidade.

O Jornalismo está intimamente envolvido com o nascimento e o posterior desenvolvimento da esfera pública burguesa. Inicialmente composto por uma opinião privada que nos debates na Imprensa se constituía legitimamente em opinião pública, o espaço público se transforma

¹⁴³ Ibidem.

posteriormente, em uma corte onde encena ao público o prestígio, ao invés de nele desenvolver-se a crítica. De produtor da opinião, o público passa a consumidor¹⁴⁴. O Jornalismo se insere neste processo de mudança estrutural, pois de mecanismo capaz de publicar as críticas e os segredos do poder instituído, em especial o do Estado, passa devido à visibilidade universal que ele é capaz de conferir aos discursos, a instrumento de identificação de interesses privados com uma fictícia opinião pública.

O modelo jornalístico contemporâneo que apresenta a novidade como produto da edição, impõe à Imprensa dar um tratamento de segundo, terceiro, quarto plano às informações sobre o desdobramento de fatos, à medida que o consumidor for conhecendo o objeto da cobertura.

Para os profissionais de Imprensa trata-se simplesmente de destacar o que é “novo” do que é “notícia velha”, “repercussão”, “*follow-up*”, como costumam chamar, dependendo da natureza exata do desdobramento e do jargão específico de cada organização¹⁴⁵.

Assim, no mercado atual, com muitas fontes de informações, o jornal precisa encontrar a fórmula de ser o organizador de todas elas¹⁴⁶. Tem que servir de guia para quem compra livros, mas, ao mesmo tempo, o jornal precisa se dirigir a públicos específicos por meio de cadernos e suplementos que segmentem sua audiência. O segredo está em fazer tudo isso sem sacrificar a profundidade das informações, os posicionamentos criticam o comentário e a construção da opinião pública.

¹⁴⁴ HABERMAS, Jurgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1984.

¹⁴⁵ SERVA, Leão. **Jornalismo e Desinformação**. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

¹⁴⁶ DINES, Alberto; VOGT, Carlos; MELO, José Marques. **A Imprensa em Questão**. Campinas, SP: Ed. UNICAMP, 1997.

Todavia, a opinião pública tornou-se ficção frente ao funcionamento de um grande número de opiniões não públicas. Opiniões que, às vezes, são opiniões puramente privadas e, em outras ocasiões constituem-se como opiniões quase públicas, pois antes de se lançarem ao grande público se constroem no debate de um pequeno grupo. De qualquer modo, é através da ação dos meios de comunicação, em suas mais diversas modalidades que se processa a identificação de interesses particulares, com um suposto interesse público.

Habermas¹⁴⁷, ao focalizar a estruturação da opinião pública, remete suas análises para um plano superestrutural. Com isso são deixadas de lado às transformações ocorridas na maneira com que o homem moderno experimenta e constrói o real.

O Jornalismo tem como matéria-prima fato novo, desconhecido, que pode causar surpresa. E que por isso é confuso, incompreensível e caótico. A surpresa pode ser compreendida como o resultado do aspecto do fato noticioso.

É conveniente perceber que a ideia de atualidade jornalística não possui uma unidade conceitual mínima. É predominantemente vinculada à ideia do novo, embora este seja um critério operativo de classificação de eventos, imprecisos enquanto definição do fenômeno. Além disso, nesta prática social de selecionar e hierarquizar os eventos cruzam outras formas de classificar a atualidade dos eventos ligados a diferentes momentos de sua produção.

¹⁴⁷ HABERMAS, Jurgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1984.

Tomando por base o ideal clássico do Jornalismo, apresenta-se uma crítica ao discurso que projetava mudanças positivas no Jornalismo impresso. Hoje, com a onipresença da informática e de todos os meios técnicos mais sofisticados, não parece que a informação e a Imprensa tenham mudado muito do ponto de vista do conteúdo e de seu papel. Isso demonstra uma vez mais que uma inovação técnica, por mais forte que seja, não leva consigo, mecanicamente, uma transformação profunda do conteúdo das atividades. Não apenas técnico não é o tempo social, mas sobretudo, a mudança técnica gera problemas novos, inesperados, que não estavam presentes nos famosos discursos premonitórios¹⁴⁸.

Todos esses fracassos deveriam refletir, mas isso não ocorreu. Mais que compreender que as sociedades não evoluem no ritmo das inovações técnicas, fala-se da resistência à mudança e de medo do futuro.

Assim, presencia-se a modernidade, como uma transformação da realidade que se dá tanto em nível estrutural, como em nível micro sociológico. A primeira ocorre quando o espaço público, enquanto espaço para o exercício da crítica é transformado em espaço de simulação, no qual interesses não públicos são tomados como públicos. A segunda se observa nas mudanças das relações de sociabilidade que os indivíduos estabelecem entre si. No centro destas transformações, encontra-se o Jornalismo. E, assim os meios de comunicação, principalmente através do Jornalismo, arrancam dos acontecimentos, a sua historicidade, aproximam a História dos indivíduos, fazendo-os participar de forma imediata¹⁴⁹.

¹⁴⁸ WALTON, Dominique. **Sobre la Comunicación**. Madrid, Acento, 1999.

¹⁴⁹ ALSINA, Miquel R. Lá **Construcción de la noticia**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1989, p.89.

Em seu diagnóstico sobre o processo de modernização experimentado pelo Jornalismo brasileiro, no início do século XX, registra-se a preocupação nacionalista dos nossos legisladores¹⁵⁰.

Vislumbra-se a superação das estruturas arcaicas subordinadas exclusivamente aos interesses políticos (partidários ou governamentais) e percebe-se criticamente a adoção de padrões sintonizados com a economia de mercado compatibilizando as expectativas dos leitores, (dos anunciantes e dos mandatários do poder). Esse viés patriótico acaba por converter em tradição dominante.

Todavia, questiona-se o que precisa ser feito para superar os impasses do Jornalismo moderno? Alguns pontos merecem destaque, mesclando ética e técnica:

- Restaurar a linha divisória entre notícias e entretenimento, praticando um Jornalismo mais responsável;
- Resgatar a imagem pública dos profissionais do Jornalismo. Para tanto, os jornalistas que fazem cobertura política precisam despolitizar-se deixando de lado as paixões e as idiossincrasias, para voltar a ser legítimos formadores da opinião pública.
- Ampliar a audiência jornalística, recorrendo a estratégias capazes de motivar os jovens e os adolescentes para o cultivo cotidiano das notícias.

¹⁵⁰ LIMA Sobrinho Barbosa. **O Problema da Imprensa**. São Paulo: Edusp, 1977.

- Redefinir os formatos jornalísticos para adequá-los à natureza peculiar da Internet sem abdicar de valores essenciais como veracidade, precisão, equidade e contextualização.
- Restabelecer e expandir a importância da cobertura internacional, prestando mais atenção ao que acontece além das fronteiras nacionais.¹⁵¹

Contudo, para lograr essa mudança sistêmica, torna-se indispensável que os jornalistas resgatem a autoestima profissional, nutrindo-se de entusiasmo, marca registrada desta categoria.

Vale salientar, que dois tipos de notícias foram responsáveis pelo aparecimento dos jornais mais ou menos no estilo em que hoje temos: a política e a econômica, a primeira surge com a Revolução Francesa, quando os jornais de opinião tiveram atuação de relevo; a segunda com as informações das cotações das bolsas nos principais países no início do século XIX.

Todavia, no contexto em que o Jornalismo surgiu e se desenvolveu, a notícia é considerada mercadoria, embora como bem simbólico, seja certamente uma mercadoria especial. Assim, a seguir serão abordados aspectos relevantes sobre a notícia.

¹⁵¹ HACKETT apud MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

5. Notícia – Matéria Prima do Jornalismo

O Jornalismo é, portanto a principal forma de conhecimento que permite aos cidadãos de qualquer sociedade acompanhar, participar e influir na História do seu tempo.

Ao mesmo tempo em que tira do caos a sua matéria-prima, a Imprensa procura organizá-la, ordená-la, dispor as notícias que emergem do acaso em um plano organizado, hierarquizado, categorizando: o caos se harmoniza, se civiliza nas páginas de jornal ou noticiário de rádio ou de qualquer meio que se preste à informação. A isso, se chama edição, a organização das informações conforme as regras do meio e do veículo específico¹⁵².

Assim, é preciso ter capacidade de contar a notícia com tantos detalhes que o texto se torne um eco fiel do fato original, recuperando sua capacidade de surpreender enquanto atribui a capacidade de compreendê-la.

Como forma de conhecimento a notícia não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, senão do presente, e por isso foi descrita pelos psicólogos como o presente especioso. Pode-se dizer que a notícia só existe nesse presente¹⁵³. A notícia só é notícia quando chega às pessoas. Publicada e reconhecida a sua significação, o que era notícia se transforma em História. Essa qualidade transitória e efêmera é da própria essência da notícia.

¹⁵² SERVA, Leão. **Jornalismo e Desinformação**. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

¹⁵³ MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

Complementa ainda o autor, que considera-se notícia, a informação transformada em mercadoria com todos seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Ela pertence, portanto, ao jogo de formas da sociedade e só é compreensível por meio de sua lógica.

Um jornal basicamente oferece a informação a seus leitores, mediante notícias. Assim, quem compra o jornal espera receber em troca informação tratada sob as características do Jornalismo e não qualquer tipo de informação. As expectativas do leitor são de receber dados que só o jornal, graças a sua rede de informantes, pode obter informação trabalhada seletiva e combinadamente, ou seja, editada desde uma perspectiva política, ideológica e profissional e, finalmente uma informação produzida tecnicamente e distribuída massivamente.

Já na opinião de Habermas¹⁵⁴ a circulação de notícias desenvolve-se não somente em conexão com as necessidades da circulação de mercadorias, uma vez que as próprias notícias tornam-se mercadorias.

No mundo moderno, o papel da notícia assumiu uma importância antes acrescida que foi diminuída em confronto com outras formas de conhecimento, como a História, por exemplo. Tão rápidas e drásticas foram

¹⁵⁴ HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1984.

as mudanças nos últimos anos, que o mundo moderno parece ter perdido a perspectiva histórica. Em tais circunstâncias dir-se-á que a História é lida ou escrita, sobretudo para permitir-nos, pelo cotejo entre presente e o passado, compreender o que está acontecendo à nossa volta, mais do que saber, como os historiadores nos versaram, o que realmente aconteceu.

Coimbra¹⁵⁵, ao introduzir a discussão sobre a estrutura da notícia e da reportagem, discute duas concepções de renomados pesquisadores sobre o tema:

Lage¹⁵⁶ preocupa-se apenas com o texto da notícia que ele diferencia da reportagem dizendo que, enquanto o primeiro cuida da cobertura de um fato ou de uma série de fatos, o segundo faz um levantamento de um assunto, conforme o ângulo preestabelecido.

Já para Medina¹⁵⁷, em “Notícia um produto à venda”, o que distingue a notícia da grande reportagem é o tratamento do fato jornalístico, no tempo de ação e no processo de narrar.

No início de seu estudo, Lage detalha sua concepção de notícia. Diz que, do ponto de vista da estrutura, a notícia se define no Jornalismo moderno como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante, e de cada fato a partir do aspecto mais importante ou interessante.

Numa notícia, os eventos estarão ordenados não por sua sequência temporal, mas pelo interesse ou pela importância decrescente, na perspectiva de quem conta e, sobretudo, na

¹⁵⁵ COIMBRA, Oswaldo. **O Texto da Reportagem Impressa**. RJ: Ática, 1993.

¹⁵⁶ LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da Notícia**. Petrópolis, Vozes, 1979.

¹⁵⁷ MEDINA, Cremilda. **Notícia – um produto a venda**. São Paulo: Alfa Ômega, 1978.

suposta perspectiva de quem ouve. A importância de cada evento será aferida em função do evento principal da série. O lead [...] é o relato do fato principal de uma série, daquele que é o mais importante ou o mais interessante¹⁵⁸.

Diversos fatores constroem as notícias, incluindo: os critérios de noticiabilidade, as características tecnológicas de cada meio noticioso, a logística da produção jornalística, retraimentos orçamentais, inibições legais, a disponibilidade da informação das fontes, a necessidade de contar de modo inteligível e interessante, a um determinado público, a necessidade de empacotar a notícia de um modo que seja compatível com o imperativo comercial de vender as audiências aos anunciantes, e as formas de aparência dos acontecimentos sociais e políticos¹⁵⁹.

Outro ponto que merece destaque é a situação de confiança de um agente frente à notícia e à prática jornalística. Neste contexto, três fatores são considerados relevantes: o gênero jornalístico, a inserção do compromisso com rosto e a objetividade da informação. Nos parágrafos que seguem serão trabalhados cada um desses fatores que, a partir de agora, serão denominados fatores de confiabilidade da notícia.

Compreende-se o gênero como uma estratégia de comunicabilidade. Sendo que o gênero estabelece um conjunto de regras e normas que criam um formato reconhecível social e culturalmente¹⁶⁰. Um formato só se torna reconhecível socialmente quando se apresenta institucionalmente definido. O gênero jornalístico é, portanto, o formato

¹⁵⁸ COIMBRA, Oswaldo. **O Texto da Reportagem Impressa**. RJ: Ática, 1993, p.9-10.

¹⁵⁹ HACKETT, Robert. **Declínio de um Paradigma?** A Parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos. In Traquina, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

¹⁶⁰ BARBERO Martín, Jesús. **De los médios a lãs mediaciones**: comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.

definido por regras que estabelecem a seis clássicas perguntas: o que, quem, quando, como, onde e porque, como eixo discursivo e que se estrutura em *lead* introduzem o leitor, ouvinte ou telespectador em um mundo de fatos e da narração verídica¹⁶¹. O gênero trabalha, portanto, como uma estratégia para diminuir o estranhamento do indivíduo frente a acontecimentos que ocorreram fora da sua experiência direta e que possui muitas vezes significado desconhecido.

Se através do Jornalismo, os fatos relatados na notícia apresentam-se como desencaixados de uma relação face a face, o gênero é um dos fatores que procuram reencaixá-los dentro de uma nova perspectiva espaço-temporal. Assim, o segundo fator de confiabilidade da notícia se apresenta como: compromisso com o rosto.

Toda confiança está vinculada a alguma forma de compromisso pessoal com o rosto. O contato pessoal busca reconduzir o agente para uma situação de afetividade ou confiança afetiva, anterior à modernidade¹⁶². A tensão causada pelo desconhecimento do leigo frente ao sistema perito imputa a responsabilidade de gerar uma zona de turbulência que só pode ser acalmada com o compromisso com o rosto.

Como não há encontro face a face do jornalista e o agente leigo - leitor ouvinte, para diminuir esta turbulência, o Jornalismo - e toda forma de comunicação de massa desenvolve a estratégia da simulação do contato. Inserida em um sistema perito, a ação jornalística caracteriza-se por um

¹⁶¹ TUCHMAN, Gaye. **A Objetividade como ritual estratégico**: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.

¹⁶² GIDEENS, Anthony. **As consequências da Modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

conjunto de práticas impessoais, necessárias para a produção jornalística¹⁶³. Ao mesmo tempo em que, a maioria dos textos que o indivíduo lê em um jornal é redigida por jornalistas desconhecidos, quando estão presentes artigos assinados de jornalistas conhecidos, remete aos indivíduos ao prazer do compromisso com rosto.

O terceiro fator de confiabilidade da notícia está em sintonia com este princípio e se manifesta como a objetividade da notícia. Mais que isto, como princípio legitimador, a objetividade transformou-se no próprio paradigma da ação jornalística.

Para que a atitude natural do leigo não seja confrontada com um problema, três níveis de confiança precisam ser contemplados pela notícia¹⁶⁴:

- 1) confiança quanto à veracidade das informações relatadas;
- 2) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização dos elementos importantes ao relato;
- 3) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização das notícias diante do estoque de “fatos” disponíveis.

É como instrumento que satisfaça estes três níveis de exigência do leigo que a objetividade se estrutura. Uma primeira abordagem da objetividade a coloca como o grau de identidade entre um fato e sua descrição, conferindo qualidade ao produto jornalístico. Ainda que a objetividade jornalística não passe de uma idealização, sua presença é

¹⁶³ BARBERO Martín, Jesús. **De los médios a lãs mediaciones**: comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.

¹⁶⁴ MIGUEL, Luís Felipe. **O Jornalismo como Sistema Perito**. In: Tempo Social: revista de sociologia da USP. São Paulo: v. 11, maio de 1999, p.199.

facilmente reconhecida e é ela que dá sustentação para que a ação jornalística possa, em certa medida, construir a realidade.

6. Panorama dos Principais Jornais do Brasil

Esta seção traz aspectos sobre alguns jornais brasileiros que se destacaram no passado ou se destacam na atualidade. As informações referentes a estes, foram extraídas de seus respectivos sites na Internet, dada a escassez de material de cunho científico publicado a cerca dos mesmos.

6.1 Diário de Pernambuco

O Diário de Pernambuco, foi fundado em 7 de novembro de 1825. Procurou sempre, inspirando-se nas lições de um rico passado histórico, atualizar-se tecnologicamente, sendo esse constante empenho um dos trunfos de sua longa vida. Dispõe hoje de um dos mais avançados parques gráficos do País, cuja rotativa off-set, uma Goss Newline, imprime 70 mil exemplares por hora, com fotos e anúncios coloridos recobrando suas páginas. A rotativa, uma estrutura de 400 toneladas, funciona ativada por sistema informatizado. O DP ostenta ainda outro importante título: é a mais velha publicação do mundo editada em língua portuguesa.

Move então, em 1945, campanha contra a ditadura de Getúlio Vargas, em um dos momentos culminantes de sua história. Em 3 de março

daquele ano, num fim de tarde, é assassinado, na sacada do jornal, o estudante Demócrito de Souza Filho, pela polícia do "Estado Novo", que tentava dissolver manifestação popular concentrada em frente ao edifício do Diário. No meio da multidão, tomba o carvoeiro Manuel Elias, também vítima dos disparos da polícia, que empastela o jornal. O seu redator-chefe, Aníbal Fernandes, um dos grandes nomes da Imprensa brasileira, é preso, em companhia de outros jornalistas.

Assim, pode-se dizer que o Diário de Pernambuco sempre esteve a serviço das grandes aspirações coletivas, afirmando-se, no curso de sua trepidante existência, jornal de claros posicionamentos liberais e defensor das franquias democráticas e do Estado de Direito. O Diário procura trabalhar pelo fortalecimento econômico de Pernambuco e pela afirmação de sua cultura, lutando, com tenacidade, em favor dos interesses nordestinos. Este é o seu compromisso.

A figura a 1 mostra página inicial do jornal.

6.2 O Estado de São Paulo

No dia 4 de janeiro de 1875, saía de uma velha máquina Alauzet plana, o primeiro número do jornal A Província de São Paulo (atual O Estado de São Paulo).

O idealismo e o entusiasmo de um grupo de republicanos paulistas iniciavam então uma história de lutas que atravessou décadas e cujos novos capítulos seguem sendo escritos. Começava uma sucessão de batalhas pela independência, defesa das instituições, liberdades democráticas e moralização dos costumes políticos.

Era a concretização de uma ideia surgida dois anos antes durante a Convenção de Itu, que serviria de propaganda dos ideais republicanos e abolicionistas. Seus redatores, Francisco Rangel Pestana e Américo de Campos, iniciaram uma sociedade que não admitia o trabalho escravo. Negros libertos trabalhavam à luz de velas espetadas nas caixas de composição - uma tiragem de 2 mil exemplares, para uma cidade que na época tinha 25 mil habitantes.

No final da primeira década do século XX, o jornal chegou a uma tiragem de 30 mil exemplares diários e continuava a enfrentar problemas com a censura e a dissidência dos republicanos. Defendia a institucionalização do voto secreto, a democratização do ensino e a criação de leis trabalhistas mais dignas.

De 7 de abril de 1940, até 5 de dezembro de 1945, o jornal foi dirigido por pessoas designadas pelo esquema ditatorial. A história do

Estado de S. Paulo renega esses cinco anos. Eles não fazem parte da sua trajetória.

Inicia-se, então, um período de grandes empreendimentos e mudanças técnicas. Em 1952, já instalado na sua sede da Rua Major Quedinho, o Estado é considerado um dos veículos informativos mais importantes do mundo.

O fim dos anos 70 trouxe a abertura política e o jornal estava empenhado na instalação de um complexo industrial na Zona Oeste da cidade, às margens do Rio Tietê. Foi planejado para integrar toda a estrutura organizacional do Grupo Estado, suas empresas coligadas e o desenvolvimento pretendido. A nova sede opera desde 1975. Seus quase 5 mil funcionários trabalham hoje com o mesmo objetivo que levou à criação de A Província de São Paulo: informar com liberdade e justiça.

Em 1988, uma ampla reforma administrativa foi desencadeada e o perfil da S.A. O Estado de S. Paulo começou a mudar. Foram criadas Unidades de Negócios, que proporcionaram maior autonomia e agilidade às decisões. Com profissionalismo e modernização, as empresas foram se fortalecendo, dentro do que sempre foi a sua linha de atuação: a informação. Em 1994, o Grupo Estado apresentou um faturamento global de US\$ 394,3 milhões, com um lucro líquido de US\$ 25 milhões.

A figura 2 mostra o jornal o Estado de São Paulo, hoje:



Figura 2 – Capa O Estado de São Paulo.
Fonte: Assinante.Estadão¹⁶⁶

6.3 Correio do Povo

O ano de 1895 é o ano da criação do Correio do Povo, em Porto Alegre. Ele iniciou a circulação anunciando independência em relação aos políticos.

O Jornalismo vivia momentos de efervescência e ali estava sendo plantada a semente que germinaria o modelo familiar - e suas consequências ideológicas - de controle dos meios de comunicação do Brasil.

O Correio do Povo foi o jornal pioneiro do Rio Grande do Sul na implantação de um sistema de impressão e distribuição totalmente

¹⁶⁶ O Estado de São Paulo. Disponível em: <http://www.assinante.estadao.com.br/> Acesso em: 04 de abril de 2004.

descentralizado. As páginas são produzidas na sede, em Porto Alegre, e enviadas via satélite em formato digital aos três parques gráficos, em Porto Alegre, São Sepé e Carazinho. Cada parque gráfico referencia a distribuição em sua região.

A figura 3 mostra o jornal Correio do Povo.



Figura 3 – Capa Correio do Povo.
Fonte: Correio do Povo¹⁶⁷

6.4 Jornal Folha de São Paulo

Em 19 de fevereiro de 1921, é criado o jornal "Folha da Noite", por Olival Costa e seu sócio, Pedro Cunha. A Redação é instalada em uma sala

¹⁶⁷ Correio do Povo. Disponível em: <http://www.correiodopovo.com.br/> Acesso em: 14 de abril de 2004.

no segundo andar de um prédio, à rua São Bento, 66-A, no centro de São Paulo. A impressão é feita nas oficinas de "O Estado de S. Paulo", à Rua 25 de Março.

O jornal se muda para um casarão na Rua do Carmo, 7-A. Sua primeira impressora foi uma rotativa alemã Koenig Bauer. Em julho, é criado o jornal "Folha da Manhã", edição matutina da "Folha da Noite".

Em 1949 o jornal é feito por meio de linotipo, processo que usa chumbo derretido para compor o texto. Em 1º de julho, é lançada a "Folha da Tarde".

Em 1º de janeiro, os três títulos da empresa se fundem e surge o jornal Folha de S. Paulo.

Em 1967, a Folha dá início à revolução tecnológica e à modernização do seu parque gráfico. O jornal é pioneiro na impressão offset em cores, usada em larga tiragem pela primeira vez no Brasil. O equipamento é composto de três impressoras Goss Urbanite, com capacidade para rodar até 45 mil jornais por hora cada uma.

Em 1971, o jornal abandona a composição a chumbo e adota o sistema eletrônico de fotocomposição, pioneiro no Brasil. Todo o jornal passa a ser feito em máquinas de fotocomposição.

Em 1983, a Folha inaugura a primeira Redação informatizada na América do Sul com a instalação de terminais de computador para a redação e a edição de textos. O jornal passa a economizar 40 minutos no processo de produção. Também, neste ano, é criado o Datafolha, instituto de pesquisa de opinião pública e de mercado.

A Folha marca a História, por em 1991, ser o primeiro órgão da Imprensa brasileira a pedir o impeachment do presidente Fernando Collor de Mello, que renunciaria no ano seguinte.

A Folha é hoje o jornal brasileiro de maior tiragem e circulação. Os três jornais do grupo Folha atingem uma circulação média diária de mais de 600 mil exemplares. A Folha tem uma circulação média de 420 mil exemplares diários e mais de 700 mil aos domingos, sendo a maior circulação do país.

A figura 4 mostra o Jornal a Folha.



Figura 4 – Capa Jornal a Folha.
Fonte: Folha uol¹⁶⁸

¹⁶⁸ Jornal da Folha. Disponível in: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/conheca/>
Acesso em: 04 de abril de 2004.

Cabe salientar que a Folha, até hoje, é um jornal de vanguarda e suas características fundamentais são a irreverência, o bom humor, a prestação de serviços e as grandes reportagens exclusivas.

CAPITULO VI

IMPrensa EM SANTA CATARINA

1. Santa Catarina: um pouco de sua história

Santa Catarina fica no Sul do Brasil, bem no centro geográfico das regiões de maior desempenho econômico do país, Sul e Sudeste, e em uma posição estratégica no MERCOSUL.

O Estado de Santa Catarina está localizado na Região Sul do Brasil, entre os paralelos 25°57'41" e 29°23'55", latitude Sul e, entre os meridianos 48°19'37" e 53°50'00", longitude Oeste. Limita-se ao norte com o Estado do Paraná, ao sul com o Rio Grande do Sul, a oeste com a Argentina e a leste com o Oceano Atlântico, com uma extensão litorânea de 561,4 km, como mostra a figura 5.



Figura 5 – Mapa do Estado de SC.
Fonte: SC. GOV¹⁶⁹.

A expedição de Sebastião Caboto, italiano a serviço da Espanha, chega ao litoral catarinense por volta de 1526 e, ao publicar seus mapas referentes àquela expedição, denominava a Ilha de Santa Catarina de "Porto dos Patos". Mas, o nome de Santa Catarina - dado à Ilha - aparece, pela primeira vez, no mapa-mundi de Diego Ribeiro, de 1529. Há divergências quanto ao responsável pela denominação de Santa Catarina: alguns autores atribuem a Sebastião Caboto, que fizera a denominação em homenagem à esposa Catarina Medrano; outros querem que tenha sido em homenagem a Santa Catarina de Alexandria, festejada pela Igreja em 25 de novembro. É, portanto, assunto que merece novas reflexões¹⁷⁰.

¹⁶⁹ Mapa do Estado SC. Disponível em: <http://www.sc.gov.br/>. Acesso em: 15 de abril de 2004.

¹⁷⁰ SC. Santa Catarina. Dados históricos. Disponível em <http://www.sc.gov.br/>. Acesso em: 10 de agosto, 2004.

As primeiras Colônias de descendentes europeus foram estabelecidas no litoral de Santa Catarina em meados do século XVII, fundadas por portugueses que vinham de São Vicente, daí originando as cidades de São Francisco do Sul, Florianópolis e Laguna. A partir do século XIX, ocorre um novo fluxo de imigração constituído por colonos alemães e italianos e, numa menor escala, por eslavos. A primeira Colônia alemã em Santa Catarina foi instalada por iniciativa do governo em 1929, sendo denominada de São Pedro de Alcântara¹⁷¹.

Os primeiros colonos italianos chegaram no ano de 1836 e, de 1875 em diante, estabeleceram-se nas proximidades das Colônias alemãs e, mais para o interior destas, normalmente seguindo o vale dos maiores rios que buscam o Atlântico, dando origem à São João Batista, Rodeio, Ascurra, Nova Trento, Criciúma, Nova Veneza, entre outras.

Os imigrantes eslavos, em particular os poloneses, foram a quarta corrente imigratória importante a povoar Santa Catarina, embora em menor número do que as anteriores. A colonização foi completada no século passado, no final da década de 60, através de fluxos internos de imigrantes de segunda geração, em direção ao Oeste catarinense.

Atualmente, o Estado de Santa Catarina tem como capital administrativa Florianópolis e possui 293 Municípios. Devido a seus interesses administrativos, os Municípios estão agrupados em 18 Associações, que compõem a Federação dos Municípios de Santa Catarina – FECAM.

¹⁷¹ AMBIENTE BRASIL. **Aspectos históricos de Santa Catarina**. Disponível em <http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=./estadual/index.html&conteudo=./estadual/sc.html>. Acesso em: 10 de agosto de 2004.

A economia do Estado de Santa Catarina baseia-se na atividade industrial, no extrativismo de minérios e na agropecuária, sendo bem distribuída a participação na economia, de todos os setores.

O setor industrial caracteriza-se pela diversificação. Nenhuma área da indústria participa com mais de 20 % do produto interno bruto do Estado, o que propicia certa regularidade no crescimento econômico, evitando períodos de alternância entre crescimento e estagnação. As indústrias de maior expressão encontram-se no setor agroindustrial, metal mecânico, têxtil, de cerâmica, de máquinas e equipamentos e eletroeletrônico. No entanto, é significativa também a produção de artigos de plástico e, móveis em madeira de pinho.

Na região do Vale do Itajaí (nordeste do Estado) concentra-se a maior parte das indústrias têxteis, cujas exportações rendem cerca de 400 milhões de dólares por ano e empregam aproximadamente 100 mil pessoas. As indústrias de cerâmica e porcelana, localizadas principalmente na região central do Estado, exportam seus produtos para mais de 60 países, empregando cerca de 10 mil pessoas. Tais indústrias possuem centros de tecnologia avançada na arte da fabricação de cerâmica e porcelana, onde são ministrados cursos para o aperfeiçoamento de técnicos da área. As fábricas de peças para automóveis existentes em Santa Catarina, em sua maioria situadas na região norte do Estado, produzem para as mais importantes indústrias automobilísticas do país, como a Volkswagen, General Motors, Fiat, Volvo, etc.¹⁷²

¹⁷² SC. Santa Catarina. Dados históricos. Disponível em <http://www.sc.gov.br/>. Acesso em: 10 de agosto, 2004.

O equilíbrio e dinamismo da economia catarinense refletem-se nos elevados índices de crescimento, alfabetização, emprego e renda per capita, muito superiores à média nacional. Números que surpreendem e complementam o perfil fascinante de um dos mais produtivos Estados brasileiros.

2. Antecedentes Históricos da Imprensa Catarinense

A história da Imprensa de Santa Catarina não tem sido objeto de uma obra específica. Ela está fragmentada em rápidas pincelas de alguns livros, tal qual as peças soltas de um “móvil” à espera de alguém que transpasse o fio, junte as partes e coloque-o em pé. Assim, esta seção, busca alcançar esta difícil tarefa, contudo, sem a pretensão de esgotar a discussão a cerca da história da Imprensa catarinense.

Assim como a história da Imprensa brasileira vem marcada pela presença da censura governamental e pelo paternalismo real da Corte Portuguesa, o surgimento da Imprensa em Santa Catarina foi caracterizado pelo forte conteúdo político que retratava as bandeiras defendidas pelo seu fundador; o capitão de engenheiros Jerônimo Francisco Coelho¹⁷³.

Após a queda da censura à Imprensa brasileira, em 1821, neste período de 1822 a 1831 há um surto de surgimento de pequenos jornais radicais e de panfletos. É neste período que nascem A Malagueta (1821 a 1832), de Luís Augusto May, A Aurora Fluminense (1827 a 1839), de

¹⁷³ PEREIRA, Moacir. Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina / Moacir Pereira. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, 1992.

Evaristo da Veiga, e as Sentinelas da Liberdade (1823 a 1835), de Cipriano Barata. Em Santa Catarina, o lagunense Jerônimo Francisco Coelho, em 1831, colocou em circulação o primeiro jornal do Estado. "O Catharinense" sendo um dos jornais que marcaram época na história da Imprensa brasileira, combatendo o governo imperial¹⁷⁴.

O lançamento do primeiro jornal vai acontecer, porém, dentro de um prazo curto, se comparado com a inauguração do rádio e da própria televisão. Ao contrário do rádio, que chega com 30 anos de atraso, e da televisão, que emitirá sinais de 20 anos após sua implantação no Brasil, o prelo de "O Catharinense" estará disponível na antiga Desterro apenas 13 anos depois da edição dos primeiros jornais brasileiros, seja o "Correio Braziliense", ou a "Gazeta do Rio de Janeiro"¹⁷⁵.

O Catharinense era um semanário em pequeno formato (15,3 x 21,5 centímetros) e com seis páginas. Como não havia quem conhecesse a técnica de impressão, Jerônimo Coelho era o redator, editor, compositor e impressor. O exemplar era vendido na casa do próprio editor, onde também estava instalada a gráfica, e em algumas casas comerciais. Os primeiros anúncios, entre eles os da venda de escravos, apareceram somente na edição de número 22, publicada em 5 de janeiro de 1832¹⁷⁶.

¹⁷⁴ FERNANDES, Mario Luiz. **Perfil da Pequena Imprensa de Santa Catarina**. (Síntese Dissertação de Mestrado) Disponível em <http://www.cehcom.univali.br/monitordemidia/paginas/artigos/Fernandes.pdf>. Acesso em: 25 de agosto de 2004.

¹⁷⁵ PEREIRA, Moacir. *Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina* / Moacir Pereira. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, 1992.

¹⁷⁶ FERNANDES, Mario Luiz. **Perfil da Pequena Imprensa de Santa Catarina**. (Síntese Dissertação de Mestrado) Disponível em <http://www.cehcom.univali.br/monitordemidia/paginas/artigos/Fernandes.pdf>. Acesso em: 25 de agosto de 2004.

O primeiro número de “O Catharinense” é considerado um hino ardoroso por Martinho Callado Júnior e uma proclamação de fé da autonomia das Províncias e na defesa da liberdade de expressão por Oswaldo Rodrigues Cabral. Jerônimo Coelho não escondia seu desapeço por D. Pedro I e combatia abertamente a influência lusitana no governo. Influenciado pelo liberalismo europeu e americano, procurou difundir seus ideais políticos através do jornal, já consciente da força que a Imprensa podia exercer na comunidade, pela experiência vivida no Rio de Janeiro e em São Paulo. Assim:

[...] o surgimento da Imprensa em Santa Catarina vem caracterizado pelo forte conteúdo político que retratava as bandeiras defendidas pelo seu fundador [...]. Ao abraçar as causas políticas, o patrono da imprensa catarinense praticamente abriu espaços para que, no Império ou na República, os jornais da capital ou do interior retratassem esta tendência e, mais do que isso, adotassem até uma postura político-partidária.¹⁷⁷

Nesta perspectiva observa-se que,

O primeiro periódico, além de depender da iniciativa de pessoas ligadas e interessadas no poder público, tinha, nos funcionários públicos, o principal público leitor. [...] até a década de 30 do século XIX, e ainda por muito tempo, o poder público, ou seja, os inúmeros funcionários civis e militares da administração eram os principais elementos da elite local. Formavam, possivelmente, o único público capaz de ler os periódicos locais, ou aqueles trazidos pelas embarcações, de outras cidades¹⁷⁸.

¹⁷⁷ PEREIRA, Moacir. **Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina** / Moacir Pereira. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, 1992, p. 34.

¹⁷⁸ PEDRO, Joana Maria. **Nas Tramas entre o Público e o Privado** - A imprensa de Desterro no século XIX. Florianópolis: Editora da UFSC, 1995, p. 20.

Este perfil de leitor só mudaria a partir de 1850, quando os comerciantes começavam a formar uma nova classe em ascensão social na Ilha de Santa Catarina. A partir de então, ocorrem sucessivas fases de proliferação de jornais.

Nas duas primeiras décadas do século XX, a Imprensa catarinense esteve a serviço da política dominante. Foi uma fase em que a nação sofreu as consequências da 1ª guerra mundial, a anarquia econômica e em Santa Catarina, a questão do Contestado e a guerra contra os “fanáticos” que redundaram na inibição da produção literária. A partir da década de 20, num quadro mais alentador sob o ponto de vista social, a Imprensa ressurgiu forte em diversos municípios, destacando-se Florianópolis, Laguna, São Francisco do sul, Tijucas, Itajaí e Joinville¹⁷⁹.

Destaca-se que de 1914 a 1930, encontramos, no Estado de Santa Catarina, 158 jornais catalogados e arquivados. O jornal A Notícia é lançado em 24 de fevereiro de 1923, com circulação semanal, sempre aos sábados. Os números comprovam a fertilidade jornalística do período e a importância que esse meio de comunicação, o mais eficiente da época, passa a ter. Importância, esta que se estende até a atualidade.

Na década de 60 a Imprensa escrita de Santa Catarina encontra-se numa lamentável dependência externa, para recebimento das notícias a serem publicadas. A partir do início dos anos 70, os jornais catarinenses não dependiam mais dos aviões ou da “Voz do Brasil” para publicar informações nacionais e internacionais, pois, valiam-se de textos originais das principais agências noticiosas. Isso aprimora acentuadamente o sistema de

¹⁷⁹ SCHLICHTING, Aida Melo. Catálogo analítico descritivo dos jornais de Florianópolis. (Dissertação de mestrado) Florianópolis: UFSC, 1989, p.33-33.

distribuição dos jornais nas principais cidades do Estado e inicia-se um processo mais profissional de conquistas e manutenção de assinaturas¹⁸⁰.

Analisando-se os jornais até a década de 30 nos seus aspectos gerais e tipográficos, comparando-os com os jornais da atualidade, os mesmos apresentam as seguintes características diferenciais:

Tabela 2 – Jornais

Jornais na década de 30	Jornais na atualidade
- A frequência de publicação era na sua maioria semanal;	- A frequência de publicação é diária
- Os periódicos eram compostos por folhas de formato grande e difícil manuseio;	- Folhas em formato menor, facilitando o manuseio e a leitura do mesmo;
- Tiragem inferior a 6.000 exemplares por jornal;	- Tiragem superior a 6.000 exemplares por jornal;
- impressão feita em equipamentos rudimentares e que proporcionavam baixa qualidade na impressão;	- Emprego de equipamentos de alta tecnologia para impressão, garantindo qualidade na impressão, e excelente apresentação gráfica, preto e branco e, colorida;
- Os jornais apresentam poucas páginas, a maioria sendo 4 páginas ao todo;	- os jornais apresentam inúmeras páginas, divididas por cadernos, para facilitar a busca de determinada reportagem;
- poucos jornais traziam suplementos especiais;	- praticamente todos os jornais do Estado trazem diários ou semanalmente, suplementos especiais, com temas variados;

Fonte: Elaboração do autor, 2004.

Em setembro de 1971, o Jornal de Santa Catarina foi fundado. Os anos 80 no Estado de Santa Catarina são marcados pela profissionalização da Imprensa e de seus profissionais. O ano de 1986 foi marcado pela fundação do Jornal Diário Catarinense.

A Imprensa em Santa Catarina apresenta a seguinte estrutura na atualidade, conforme figura 6.

¹⁸⁰ PEREIRA, Moacir. **Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina** / Moacir Pereira. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, 1992.



Figura 6 - Imprensa de Santa Catarina

Fonte: adaptado de PEREIRA, Moacir. **Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina** / Moacir Pereira. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, 1992.

Ressalta-se que foram citados somente alguns jornais periódicos, dentre os cadastrados na Associação dos Jornais do Interior de Santa Catarina.

Quanto aos jornais diários, merecem destaque o Jornal A Notícia com sede em Joinville, Jornal de Santa Catarina com sede em Blumenau e o Diário Catarinense com sede em Florianópolis, por serem os mais

importantes do Estado, com maior circulação diária estadual. Sendo estes objetos de pesquisa, no presente estudo, apresentados nas seções a seguir.

3. Características dos Principais Jornais de Santa Catarina

Os principais jornais do Estado de Santa Catarina são os Jornais, A Notícia, Diário Catarinense e o Jornal de Santa Catarina, os quais constituíram objeto de estudo da presente pesquisa, conforme já mencionado. A seguir, apresentam-se alguns aspectos característicos de cada um, sendo que, as informações foram extraídas do site de cada jornal.

3.1 Jornal A Notícia

Com quatro páginas, circulando aos sábados, à tarde, em Joinville, e, inteiramente confeccionado a mão, ou seja, com textos e títulos - além dos anúncios, avisos e publicações oficiais - feitos através de composição manual, o semanário A Notícia circulou pela primeira vez no sábado, 24 de fevereiro de 1923.

A primeira redação foi instalada na Rua 3 de Maio, paralela à rua das Palmeiras, a poucos passos do grande Palácio dos Príncipes, mais tarde transformado em Museu Nacional de Imigração e Colonização. A redação abrigava, então, apenas dois funcionários, mais o dono, Aurino Soares, que prometia um "jornal independente", acima das filiações

partidárias, que então justificavam o surgimento regular de jornais na pequena Colônia. A impressão das quatro páginas era feita na Tipografia Koch, em oficinas terceirizadas.¹⁸¹

Dois anos após sua fundação, A Notícia começa a circular duas vezes por semana, as quartas-feiras e aos sábados, quando se transfere para a nova sede, na rua Conselheiro Mafra, atual Abdon Batista¹⁸².

O jornal pode ser dividido em quatro fases distintas; A primeira, entre os anos de 1923 e 1944 sob o comando do jornalista Aurino Soares. Circulava aos sábados à tarde e foi se firmando como uma opção jornalística válida frente aos outros concorrentes fortes como o “Kolonie Zeitung”, que na época já tinha 60 anos de existência. As edições eram mistas de revista e informações jornalísticas. Artigos de fundo sempre davam conta dos acontecimentos mais importantes da época. De suas quatro páginas em tamanho normal, duas seguramente eram ocupadas por anúncios, editais, avisos, além, de produções especiais.

Na noite de 28 de julho de 1931, A Notícia sofreu o mais violento atentado da história da Imprensa de Joinville. Ao completar nove anos de fundação, o jornal vinha denunciando irregularidades no Departamento de Obras da Prefeitura de Joinville, então dirigido pelo funcionário Antônio Bastos. Dias antes, num estabelecimento comercial, Aurino Soares fora verbalmente agredido pelo funcionário Bastos, amigo do delegado de polícia Heitor Azevedo, também desafeto do jornalista. Um grupo de capangas foi contratado para "dar uma lição" no jornalista e, na noite de 28 de julho,

¹⁸¹ JORNAL A NOTICIA. Aspectos históricos. Disponível em: <http://an.uol.com.br/>. Acesso em: 01 de setembro 2004.

¹⁸² PEREIRA, Moacir. **Imprensa e Poder**: A comunicação em Santa Catarina / Moacir Pereira. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, 1992.

invadiu as instalações gráficas e de redação de A Notícia e "quebrou tudo".¹⁸³.

O jornal ficou impossibilitado de circular por 12 dias consecutivos. Só voltou às ruas em razão da ajuda do bispo de Joinville, Dom Pio de Freitas, que cedeu um prelo da diocese para a impressão improvisada de um pequeno jornal de oito páginas em tamanho tabloide. Em 23 de junho de 1940, circulava o número 1 da Notícia Ilustrada, com fotografia em cores.

Com a inesperada morte de Aurino Soares em dezembro de 1944, a empresa entra em colapso, pois, além de muitas dívidas, o jornal tinha dependência direta e total de seu criador. Assim, imediatamente após a edição que noticiou o falecimento de Aurino Soares, A Notícia deixou de circular por 18 meses consecutivos.

O jornal foi reativado em maio de 1946, sob o comando de Antônio Ramos Alvim (segunda fase), mesmo com problemas financeiros, o jornal tinha um patrimônio intocável. A Arte de administrar uma empresa jornalística era quase que um privilégio do fundador, pela falta de pessoas que reunissem experiência no setor. Jornalistas, naquela época, eram escassos. De Florianópolis veio o estímulo para o seu surgimento, pelo político Aderbal Ramos da Silva, que acabou injetando os recursos necessários.

De 1948 a 1951, por razões de ordem administrativa, o jornal passou por um longo período de crescente desorganização. A rotatividade de mão-de-obra foi grande e o desaparecimento gráfico foi visível em todas

¹⁸³ Op. Cit. 2004.

as edições. A qualidade jornalística sofreu constantes abalos em decorrência da instabilidade do corpo editorial.

Tal fase só acabou em janeiro de 1951, quando assumiu a função de diretor-gerente o advogado Roberto Hélio de Ramos Alvim, que permaneceu até outubro de 1956. As mudanças imediatas foram muitas, mas mesmo assim o jornal estava condenado financeiramente.

A terceira fase começou a partir da edição número 6.975, de 23 de outubro de 1956. Em 1956, a empresa é adquirida por novo grupo de acionistas, a maioria constituída por empresários de Joinville, dos quais se destacará o político (Prefeito de Joinville de 1961 a 1965) e empresário Helmut Fallgatter, principal investidor na última fase da empresa, a partir de 1978. Este grupo contratou o jornalista Juvenal Simões dos Santos para assumir a responsabilidade do jornal.

Helmut Falgatter foi o grande fiador para que o jornal entrasse na sua quarta fase, na era do off-set e, instalado na moderna sede construída na rua Caçador 112, onde o jornal está até hoje. Com edificações que totalizam hoje mais de dois mil metros quadrados de área construída, a nova sede e o novo maquinário de impressão, igualmente inaugurado no mesmo dia, colocam A Notícia como um dos jornais mais modernos do País. A nova sede é um dos reflexos da solidez do jornal, que ganhou impulso de fôlego a partir de 1956¹⁸⁴.

Desde que voltou-se para a conscientização da importância da preservação do meio ambiente, no final da década passada, A Notícia já chegou a um dos pontos mais altos em termos de iniciativa ecologicamente

¹⁸⁴ Ibidem. 2004.

correta. O processo de implantação do Sistema de Gestão Ambiental levou à conquista, em maio de 2002, da certificação ISO 14001. Antes disso, em 2000, já havia garantido o prêmio nacional Henry Ford de Conservação Ambiental.

Atualmente, o jornal possui 18 sucursais nos mais importantes Municípios do Estado e em Curitiba, Estado do Paraná, o que garante a eficiente cobertura dos fatos. Ao todo são 800 funcionários, sendo 120 jornalistas. As 18 sucursais do jornal, garantem uma eficiente cobertura jornalística. Além desta, o material fornecido pelas agências de notícias nacionais e internacionais completam as edições diárias e especiais do jornal.

3.2 Jornal de Santa Catarina

O Jornal de Santa Catarina foi fundado em setembro de 1971 por um grupo de empresários. E, em setembro de 1992, passou a fazer parte do grupo Rede Brasil Sul de Comunicações, propondo-se a ser o veículo de integração do vale do Itajaí.

A novidade da comunicação impressa passa a ser o Jornal de Santa Catarina, cuja venda é estimulada pela modernidade e, pelo apoio de marketing da TV Coligadas. A direção e o controle ficam restritos até 1983 a

Mario Petreli. A Rede Brasil Sul assumiria o controle e a gestão do Jornal no dia 01 de setembro de 1992¹⁸⁵.

Atualmente, com sua sede à Rua São Paulo - Blumenau tem sucursais em Florianópolis, Itajaí, Brusque, Rio do Sul e Jaraguá do Sul. Tem também, suporte editorial em Brasília e dos jornais Zero Hora, Diário Catarinense, Pioneiro e demais que formam a RBS.

Sua tiragem nos dias de semana são 19.000 exemplares e 26.000 na sua edição dominical, sendo que sua circulação em formato Standard é de terça feira a domingo. O jornal circula por 63 cidades do Vale do Itajaí, norte catarinense e Florianópolis, áreas estas que abrigam maior parque industrial, com uma população superior a 1,2 milhão de habitantes, predominantemente urbana¹⁸⁶.

Seguindo as mais modernas linhas do jornalismo gráfico e com visual renovado, o jornal é dividido por áreas de cobertura, que contam com espaços definidos.

Na primeira página são destacados os temas considerados os mais importantes pela área editorial e os que dizem respeito à comunidade catarinense, como pode ser visualizado na figura 7.

¹⁸⁵ PEREIRA, Moacir. Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina / Moacir Pereira. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, 1992.

¹⁸⁶ JORNAL DE SANTA CATARINA. Aspectos históricos. Disponível em: Fonte: <http://www.clicrbs.com.br/jornais/jsc/jsp/default.jsp?uf=2&local=18§ion=Home#>. Acesso em: 02 de setembro de 2004



Figura 7 – Capa do Jornal de Santa Catarina.
 Fonte: Clicrbs¹⁸⁷

Na segunda página são publicados editoriais da RBS, um espaço nobre para a opinião do leitor. Na página três, uma reportagem especial e as colunas Informes Especial, feitas com pequenas notas, críticas e polêmicas.

¹⁸⁷ Jornal de Santa Catarina. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/jornais/jsc/jsp/default.jsp?uf=2&local=18§ion=Home#>. Acesso em: 20 de abril 2004.

Nas páginas quatro e cinco, se destacam os temas políticos, a primeira com enfoque regional e, a segunda, com abordagem nacional.

A realidade econômica do país, do Estado e da região é noticiada e analisada nas páginas seis e sete. O jornal reserva espaço ainda para tratar das cidades, geral e polícia, trazendo temas do dia-a-dia da comunidade, seus principais problemas e reivindicações; notícias internacionais, Lazer; Turismo, Cultura, Exportações, Saúde e Ensino.

Aos domingos, além de uma edição com destaque às reportagens, com temas mais amplamente abordados, oferece três produtos segmentados:

- Jornal de Economia: traz uma abordagem mais analítica da conjuntura econômica nacional com destaque para as questões regionais.

- Jornal de Domingo: trata de temas como moda, comportamento, beleza e saúde, gastronomia e suas tendências.

- Jornal da Criança: dedicado às crianças, trazendo divertimentos e informações.

3.3 Diário Catarinense

O projeto de instalação do Diário Catarinense em Santa Catarina nasceu de um sonho do jornalista Maurício Sirotsky Sobrinho, desenvolveu-

se dentro de critérios científicos em que se destacaram as pesquisas de mercado e foi executado com alto senso de profissionalismo¹⁸⁸.

O Jornal da Rede Brasil Sul em Santa Catarina foi inaugurado em 1986. O Diário Catarinense nasceu para integrar Santa Catarina, mas sem comprometer as raízes de cada região.

Atualmente, é o jornal de maior circulação em números absolutos, no Estado de Santa Catarina. Apostou num formato inovador e num padrão editorial e gráfico diferenciado. Sua tiragem é de aproximadamente 36.000 exemplares nos dias úteis e cerca de 60.000 exemplares nos domingos, sendo que 60% são de assinantes e, 40% de venda avulsa (DIÁRIO CATARINENSE, 2004). A distribuição por Região é:

- Região Sul (Grande Florianópolis + Criciúma) 54%
- Região Norte (Blumenau + Joinville) 23%
- Região Oeste (Lages + Chapecó) 23%

O Diário Catarinense foi o primeiro jornal totalmente informatizado do país, inovando na tecnologia para oferecer a seu leitor e anunciante, a agilidade em todo seu processo editorial e gráfico.

Como um dos jornais mais modernos e dinâmicos, ocupa hoje uma posição privilegiada na preferência do povo catarinense. Em seu caderno estão presentes os fatos que agitam a política, a economia, esportes e a sociedade do Estado de SC, do Brasil e do mundo.

A figura 8 mostra a capa do jornal, nos dias de hoje, evidenciando-se a forma de distribuição das informações.

¹⁸⁸ Op. Cit. 1992.



Figura 8 – Capa do Jornal Diário de Santa Catarina.

Fonte: Clicrbs¹⁸⁹

Atualmente, o Diário Catarinense é um novo jornal que sai às ruas, mas também, um jornal novo, na medida em que incorpora o que há de mais moderno na indústria de comunicação impressa¹⁹⁰, sendo moderno, tanto nos aspectos gráficos, como editoriais.

¹⁸⁹ Jornal de Santa Catarina. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/jornais/jsc/jsp/default.jsp?uf=2&local=18§ion=Home#>. Acesso em: 20 de abril 2004.

¹⁹⁰ Ibidem. 1992, p. 129.

CAPITULO VII

RESULTADOS

1. Perfil da amostra

Esta seção evidencia o perfil da amostra pesquisada.

O quadro 2 destaca o gênero dos entrevistados.

Item	DC ¹⁹¹	JSC ¹⁹²	AN ¹⁹³
Masculino (%)	92		34
Feminino (%)	8	100	66
Total	100	100	100

Quadro 2 – Gênero.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 2, 92% dos leitores entrevistados do DC são do sexo masculino e 8% feminino; 100% dos entrevistados do Jornal JSC são do sexo feminino; enquanto que 66% dos leitores do Jornal AN são do sexo feminino, e 34% do masculino. Assim, pode-se constatar a predominância do sexo feminino entre leitores da Imprensa escrita de Santa Catarina.

O quadro 3 evidencia o nível de escolaridade dos leitores entrevistados

¹⁹¹ DC = Jornal Diário Catarinense

¹⁹² JSC = Jornal de Santa Catarina

¹⁹³ AN = Jornal A Notícia

Item	DC	JSC	AN
3º grau incompleto (%)	10	18	61
3º grau completo (%)	45	43	34
Especialização (%)	45	39	5
Total	100	100	100

Quadro 3 – Escolaridade.

Fonte: Dados coletados (2004).

Quanto à escolaridade, pode-se constatar, com base no quadro 3, que 45% dos leitores entrevistados do Jornal DC possuem 3º grau completo, 45% possuem especialização e 10% possuem 3º grau incompleto.

Entre os leitores do Jornal JSC, a predominância do nível de escolaridade é o 3º grau completo, onde se enquadram 43% dos leitores. Destaca-se ainda, que 18% possuem o terceiro grau incompleto e 39% possuem especialização.

A maioria dos leitores do Jornal AN possui 3º grau incompleto 61%, 34% possuem 3º grau completo, enquanto que 5% possuem especialização.

Desta forma, pode-se constatar que os leitores entrevistados do Jornal Diário Catarinense possuem um nível de escolaridade maior que os demais entrevistados dos outros dois jornais pesquisados.

Analisando-se conjuntamente, percebe-se que o nível de escolaridade predominante entre os leitores da Imprensa escrita de Santa Catarina, pesquisados é o 3º grau completo.

O quadro 4 explicita a profissão dos leitores entrevistados.

Item	DC	JSC	NA
Estudantes (%)	29	33	31
Professores (%)	35	28	35
Profissionais liberais (%)	36	39	34
Total	100	100	100

Quadro 4 – Profissão

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 4, quanto à profissão dos entrevistados, constata-se que a pesquisa foi realizada em diferentes campos de atuações, sendo que a predominância dos leitores da Imprensa escrita catarinense, são de profissionais liberais.

Observa-se que 36% dos leitores do Jornal DC, são profissionais liberais, 35% professores e 29% estudantes. Já, entre os leitores do JSC, 39% são profissionais liberais, 28% professores e 33% estudantes, o que evidencia que as matérias publicadas em ambos os jornais direcionam os assuntos identificando um público leitor já com determinado nível cultural.

Enquanto que 35% dos leitores entrevistados do AN são professores, 34% profissionais liberais e, 31% estudantes, configurando um público de leitores misto.

Identificado o público predominante da Imprensa escrita de Santa Catarina, cabe recomendar a esta, a elaboração de edições ou mesmo reportagens, especiais, direcionadas, especialmente, ao seu maior público alvo.

2. Perfil da imprensa catarinense sob a ótica dos leitores

Ao longo desta seção evidenciam-se as principais características da Imprensa diária de Santa Catarina, na ótica de seus leitores.

O quadro 5 mostra, na opinião dos leitores, se as informações da Imprensa diária escrita de Santa Catarina são sintetizadas e didáticas, de maneira a facilitar a leitura.

As informações da Imprensa diária escrita de SC são apresentadas de forma sintetizadas e didáticas, de modo a facilitar uma leitura rápida.	DC	JSC	AN
Sim (%)	88	94	75
Não (%)	12	6	25
Total	100	100	100

Quadro 5 - Forma de apresentação das informações na Imprensa diária escrita.
Fonte: Dados coletados (2004).

O quadro 5 nos mostra que 88% dos leitores entrevistados do Jornal DC, 94% dos leitores do JSC e 75% dos leitores entrevistados do AN acreditam que as informações são apresentadas de forma sintetizadas e didáticas facilitando uma leitura rápida. Os demais, leitores entrevistados afirmaram que não.

Assim, pode-se inferir que a grande maioria dos leitores está satisfeita com a forma de apresentação das informações na Imprensa escrita de Santa Catarina. Também, ficou constatado que o JSC é que apresenta maior nível de satisfação dos leitores quanto à forma de apresentação das informações.

Os dados indicam que na Imprensa diária escrita catarinense, de modo geral, as informações são apresentadas de forma clara e sintética facilitando uma leitura rápida.

O quadro 6, apresenta as características das informações da imprensa diária catarinense, na visão dos entrevistados:

Em sua opinião de que forma é caracterizada a informação da Imprensa diária catarinense:	DC	JSC	AN
Linguagem simples de fácil entendimento (%)	55	68	66
Pouco complexa (%)	6	10	28
Evita o emprego de gíria, vícios de linguagem, a repetição dos termos. (%)	25	10	6
Claras e concisas. (%)	14	12	
Total	100	100	100

Quadro 6 - Forma que caracteriza a informação da imprensa diária catarinense.
Fonte: Dados coletados (2004).

Prender o interesse do leitor; apresentando textos claros e concisos são objetivos principais dos jornais atuais, sendo que a clareza vem do cuidado com a estruturação da frase, as intercalações excessivas prejudicam a compreensão da ideia.

Conforme o quadro 6, 55% dos leitores do jornal Diário Catarinense afirmaram que o jornal apresenta uma linguagem simples e de fácil entendimento. Enquanto para 6% dos leitores, a linguagem do jornal é considerada pouco complexa, 25% dos entrevistados relataram que o jornal Diário Catarinense apresenta suas matérias sem gírias, vícios de linguagem ou repetição de termos, aspecto relevante para a qualidade do jornal. Informações claras e concisas também foram citadas como características do jornal pesquisado, na opinião de 14% dos leitores entrevistados.

A maioria dos leitores da Imprensa diária catarinense demonstrou-se satisfeita quanto à forma de apresentação de linguagem dos jornais pesquisados, um fator positivo que atinge todos os entrevistados de diversos níveis, o que aponta que a Imprensa escrita de SC mostra envolvimento, linguagem e, didática em suas notícias veiculadas.

O quadro 7, evidencia como os leitores consideram a Imprensa escrita de SC.

Como considera a Imprensa escrita de Santa Catarina?	DC	JSC	NA
Analítica (%)			25
Imediata (%)	54	22	38
Concisa (%)	22	30	16
Ágil (%)	7	16	
Com credibilidade (%)	17	32	21
Total	100	100	100

Quadro 7 - Imagem da Imprensa diária catarinense.
Fonte: Dados coletados (2004).

O quadro 7, demonstra que a Imprensa catarinense passa uma imagem de analítica segundo 25% dos leitores entrevistados do jornal NA. Já para 54%, 22% e 38% dos leitores dos jornais JC, JSC e AN respectivamente, a Imprensa pesquisada é considerada imediata. O critério conciso foi citado por 22% dos leitores do jornal DC, 30% do JSC e 16% do jornal AN.

Todavia, a imagem de uma Imprensa ágil foi citada por um número reduzidos de leitores, 7% do jornal DC e, 16% do jornal JSC. Enquanto 17% dos leitores do jornal DC, 32% do JSC e, 21% do AN, assinalaram que os jornais pesquisados são considerados de credibilidade.

Os dados mostram que a maioria do público leitor da Imprensa escrita Catarinense aponta que os jornais do Estado são imediatistas, quanto a sua forma de veiculação. E, que o fator de relevância para os leitores da Imprensa catarinense é a forma concisa em sua apresentação.

O quadro 8, mostra como os leitores entrevistados classificam a forma de apresentação, como imagens e a linguagem empregada pela Imprensa catarinense.

Como você classifica a forma da apresentação, como imagens e a linguagem empregada pela Imprensa catarinense?	DC	JSC	AN
Excelente (%)	4	8	5
Bom (%)	38	34	23
Satisfatório (%)	42	48	36
Insuficiente (%)	16	10	36
Total	100	100	100

Quadro 8 - Classificação da forma de apresentação, como imagens e a linguagem empregada pela imprensa catarinense.

Fonte: Dados coletados (2004).

Falar em linguagem é entrar diretamente nos problemas de comunicação humana. O termo se presta para todas as situações, já que o ato de viver já é comunicação. Todavia, nosso problema, ao tentar alguns instrumentos de análise do fenômeno que é abrangente demais, reside nas diferenciações gradativas da comunicação espontânea e a comunicação intencional de um meio indireto como é o jornal.

Quanto à classificação da apresentação e distribuições de imagens e a linguagem empregada na Imprensa escrita catarinense, o quadro 8 explicita que, 38% dos leitores entrevistados consideram bom este quesito do jornal Diário Catarinense, já para 42% este é satisfatório, todavia 16% consideram insuficientes. Para os leitores do jornal de Santa Catarina,

34% relataram que consideram boa a forma de apresentação do jornal, enquanto um número bastante significativo, 42%, destacou ser satisfatório este quesito, já 10% acreditam este ser insuficiente. Como pode-se verificar, os números no jornal A Notícia ficaram assim explicitados: 23% consideram boa a apresentação do jornal, 36% satisfatória, e este mesmo número de leitores afirmaram que a apresentação de imagens bem como a linguagem empregada pelo jornal é insuficiente.

Os dados explicitam que o critério excelente foi muito pouco citado pelos leitores entrevistados dos três jornais pesquisados, sendo apenas 4%, 8%, 5% respectivamente. Neste contexto, pode-se verificar que os leitores dos três jornais que participaram da pesquisa sugerem melhorias na qualidade da apresentação de imagens e, na linguagem empregada.

O quadro 9, mostra se a Imprensa diária catarinense adota cadernos especiais como de negócios, colunismo social, "teen", classificados etc.

A Imprensa de SC adota cadernos especiais como de negócios, colunismo social, "teen", classificados etc.?	DC	JSC	AN
Sim (%)	96	96	85
Não (%)	4	4	15
Total	100	100	100

Quadro 9 - Cadernos especiais como de negócios, colunismo social, "teen", classificados.

Fonte: Dados coletados (2004).

De acordo com o quadro 9, 96% dos leitores do DC, 96% do JSC e 85% do Jornal AN afirmaram que estes jornais apresentam cadernos especiais. Apenas 4%, 4% e 15% respectivamente, destacaram que desconhecem os cadernos especiais dos jornais pesquisados.

Embora o número de leitores que desconhecem os cadernos especiais dos jornais pesquisados é considerado pequeno, cabe aos jornais melhor divulgação desta seção, na busca pela qualidade dos produtos e serviços e, conseqüente satisfação dos clientes. Neste contexto, ressalta-se que qualidade é a conformidade com as especificações.

A qualidade se encontra na prevenção que, por sua vez, se origina do treinamento, disciplina, exemplo, liderança e persistência. O padrão do desempenho da qualidade é o zero defeito, ou seja, os erros não são tolerados. A medida da qualidade é o preço da não conformidade. Enfatiza-se que a busca da qualidade total é na verdade, um verdadeiro “*moto continuum*” formado por fases que, após cumprirem o ciclo de aprimoramento, retornam sempre ao início, num processo ininterrupto.

No quadro 10 evidencia-se, na opinião dos leitores, se a Imprensa escrita catarinense desfruta de liberdade no tratamento das matérias.

Na sua opinião, a Imprensa escrita catarinense desfruta de liberdade no tratamento das matérias?	DC	JSC	AN
Sim (%)	52	57	37
Não (%)	48	43	63
Total	100	100	100

Quadro 10 - Liberdade no tratamento das matérias.

Fonte: Dados coletados (2004).

Quando uma sociedade preserva o direito de expressão das suas elites, mas ao mesmo tempo, o direito de informação ao conjunto dos seus cidadãos, ela está fortalecendo suas experiências democráticas e prevenindo-se contra os retrocessos constitucionais. Só um povo bem informado é capaz de escolher governantes capazes de converter a

liberdade de Imprensa em peça-chave do constante aperfeiçoamento democrático¹⁹⁴.

Questionados sobre a liberdade de Imprensa desfrutada pela Imprensa escrita de Santa Catarina, os leitores entrevistados assim relataram: 52% dos leitores do DC afirmaram que o jornal desfruta de liberdade no tratamento das matérias. Já na opinião dos leitores do JSC o percentual ficou em 57%, enquanto que para os leitores do jornal AN, apenas 37% relataram que o mesmo desfruta de liberdade no tratamento das matérias. Já um número consideravelmente significativo de leitores, 48%, 43% e 63% dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, afirmaram não existir liberdade no tratamento de informações, pois acreditam que há censura na veiculação das matérias publicadas.

As características da Imprensa diária escrita de SC são apresentadas no quadro 11.

A cobertura da Imprensa diária de SC caracteriza-se por:	DC	JSC	AN
Improvisada (%)	10	21	
Universo de informações incompletas (%)	16		21
Informações contraditórias (%)			16
Tende para uma angulação interpretativa (%)	30	21	26
Ter angulação informativa, cobertura completa, informações precisas e bem articuladas (%)	44	58	37
Total	100	100	100

Quadro 11 – Características da cobertura da Imprensa diária de SC.
Fonte: Dados coletados (2004).

A mensagem jornalística resulta da articulação de um conjunto de elementos estruturais característicos do processo de informação. O quadro

¹⁹⁴ MARQUES de Melo, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.p.150.

11 explicita a cobertura da Imprensa diária de SC. Segundo 44% dos leitores do DC, a cobertura tem angulação informativa, completa com informações precisas e bem articuladas. Este aspecto também foi considerado por 58% do JSC e por 37% do jornal AN. Outro fator destacado pelos leitores entrevistados é a angulação interpretativa, este quesito foi citado por 30%, 21% e 26% respectivamente, dos jornais DC, JSC e AN.

Outro aspecto relevante destacado na pesquisa é o relacionado ao universo de informações incompletas, este foi citado por 16% dos leitores do DC e 21% dos leitores do AN. Vale salientar ainda, que 16% dos leitores entrevistados mencionaram que este jornal apresenta informações contraditórias em seu noticiário.

Destaca-se também, que para 10% e 21% respectivamente dos leitores dos jornais DC e JCN, a cobertura jornalística é caracterizada como improvisada.

A visão dos leitores quanto à posição assumida pela Imprensa escrita catarinense para o estabelecimento da verdade do assunto noticiado, é apresentada no quadro 12.

Na sua opinião, a posição assumida pela Imprensa escrita catarinense colabora para o estabelecimento da verdade do assunto em tela?	DC	JSC	AN
Sim (%)	76	74	51
Não (%)	24	26	49
Total	100	100	100

Quadro 12 – A posição assumida pela imprensa escrita catarinense colabora para o estabelecimento da verdade do assunto em tela.

Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados se a posição assumida pela Imprensa escrita Catarinense colabora para o estabelecimento da verdade do assunto noticiado, 76%, 74% e 51% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, afirmaram que sim, todavia, um percentual significativo de leitores, 24% do DC, 26% do JSC e 49% dos leitores entrevistados do jornal AN, afirmaram que não, ou seja, a posição assumida pelos jornais pesquisados na opinião dos leitores entrevistados não colabora para o estabelecimento da verdade em suas reportagens.

Os dados mostram que para a maioria dos leitores da Imprensa catarinense que acompanham os assuntos veiculados nos jornais, a Imprensa possui um envolvimento com as publicações e veiculação das matérias, sempre procurando colaborar para o desfecho da verdade sobre o assunto.

O nível de imparcialidade e autonomia da Imprensa escrita de SC, são explicitados no quadro 13.

Na sua opinião, a Imprensa escrita catarinense apresenta um jornalismo imparcial e autônomo da esfera pública independente de subvenções do poder público?	DC	JSC	AN
Sim (%)	31	36	24
Não (%)	69	64	76
Total	100	100	100

Quadro 13 – Nível de imparcialidade e autonomia da Imprensa escrita catarinense. Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme o quadro 13, 31%, 36% e 24% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, relataram que sim, predomina a característica de imparcialidade sobre seus conteúdos publicados independente da esfera pública e subvenções do poder público.

Todavia, 69% do DC, 64% do JSC e 76% do jornal AN, responderam que não.

Vale ressaltar, que a imparcialidade para a maioria dos leitores não tem seu espaço, sendo que as matérias veiculadas sofrem articulações políticas, econômicas e de caráter social; como por exemplo: por interesse da classe empresarial, por intenções políticas etc.

O quadro 14 apresenta as principais categorias abordadas pela Imprensa escrita catarinense na ótica dos seus leitores.

Qual a categoria principal abordada na Imprensa escrita catarinense?	DC	JSC	AN
Publicidade/Social (%)	15	20	45
Política/Economia (%)	42	42	30
Turismo/Esporte/Lazer (%)	32	20	20
Violência/Corrupção (%)	11	18	5
Total	100	100	100

Quadro 14 - Principais categorias abordadas na Imprensa escrita catarinense.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme relataram 42% dos entrevistados do DC, política e economia são as categorias mais abordadas pela Imprensa diária de SC, seguidas pelo turismo/esporte/lazer. De acordo com 32% dos entrevistados, publicidade/social 15% e violência/corrupção 11%.

Política e economia são as categorias mais abordadas pela Imprensa diária escrita catarinense, segundo 42% dos leitores do JSC. Já 20% citam publicidade/social, como sendo as principais e, este mesmo percentual aponta o turismo/esporte/lazer, enquanto que 18% indicaram violência/corrupção.

Conforme 45% dos leitores entrevistados do jornal AN, publicidade/social representam as categorias mais destacadas pela

Imprensa diária de SC. Já 30% citam política/economia. 20% turismo/esporte/lazer e, 5% violência/corrupção.

De modo geral, a Imprensa catarinense distribui as informações dando relevância à política e economia do Estado para seus leitores e, apresenta o setor turístico e de esporte, como fatores importantes para a população.

O quadro 15 evidencia a avaliação da performance da Imprensa escrita, catarinense em relação aos princípios e valores fundamentais.

Como você avalia a performance da Imprensa escrita catarinense em relação aos princípios e valores fundamentais, como: diversidade de opiniões, interpretações, presença do contraditório.	DC	JSC	AN
Excelente (%)	28	2	11
Bom (%)		33	16
Satisfatório (%)	48	50	35
Insuficiente (%)	24	15	27
Total	100	100	100

Quadro 15 – Avaliação da performance da Imprensa escrita catarinense em relação aos princípios e valores fundamentais.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 15, os resultados da pesquisa mostram que para 28% dos leitores dos jornais DC, 2% do JCN e, 11% do jornal AN, a performance dos jornais pesquisados em relação aos valores fundamentais como diversidade de opiniões, interpretações, presença do contraditório é considerada excelente. Já o critério bom foi citado por 33% do JSC e 16 % do jornal AN.

Vale salientar, que um número significativo de leitores, 48% do DC, 50% JSC e 35% do jornal AN, consideraram satisfatória a performance

dos jornais pesquisados, sendo este o critério mais citado. Todavia, na opinião de 24% dos leitores entrevistados do DC, 15% do JSC e 27% do jornal AN, a performance dos jornais pesquisados é considerada insuficiente.

A maioria dos leitores da Imprensa escrita catarinense demonstrou estar satisfeita com a atuação e a performance dos jornais veiculados no Estado, sendo apontado por um perfil de leitores correspondendo uma pequena parcela como possuidores de uma excelente performance.

No quadro 16, a Imprensa diária catarinense dá ênfase aos resultados obtidos com a publicação da reportagem, fazendo esforço para que o assunto tenha continuidade na pauta.

A Imprensa diária catarinense dá ênfase aos resultados obtidos com a publicação da reportagem, fazendo esforço para que o assunto tenha continuidade na pauta?	DC	JSC	AN
Sim (%)	41	63	38
Não (%)	59	37	62
Total	100	100	100

Quadro 16 - A Imprensa diária catarinense dá ênfase aos resultados obtidos com a publicação da reportagem.

Fonte: Dados coletados (2004).

Através dos dados explicitados no quadro 16, verifica-se que 41%, 63%, 38% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, responderam sim. Para estes a Imprensa diária escrita de Santa Catarina dá ênfase aos resultados obtidos, procurando sempre acompanhar o desfecho das notícias veiculadas.

Já para a maioria dos leitores dos jornais DC, 59%, 62% do jornal AN, e 37% do JSC a resposta foi não, acreditam que os jornais pesquisados

não se preocupam em dar continuidade ou acompanhar o desfecho das reportagens veiculadas.

O quadro 17 apresenta a classificação do desempenho geral da Imprensa escrita de Santa Catarina na visão dos leitores entrevistados.

Como você classifica o desempenho geral da Imprensa escrita de SC?	DC	JSC	AN
Excelente (%)	28	1	11
Bom (%)		37	16
Satisfatório (%)	48	46	35
Insuficiente (%)	24	16	27
Total	100	100	100

Quadro 17 - Desempenho geral da Imprensa escrita de SC.
Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados sobre como classificariam o desempenho dos jornais pesquisados, o quadro 17, apresenta os seguintes resultados: 28% dos leitores do DC, 1% do JSC e 11% do jornal AN, classificaram o desempenho como excelente. Já o critério bom, foi citado por 37% dos leitores do JSC e 16% do jornal AN.

O critério satisfatório foi o mais citado pelos leitores, 48%, 46% e 35% dos jornais DC, JSC e AN respectivamente. Todavia, na opinião de 24% do DC, 16% do JSC e 27% do AN, o desempenho dos jornais pesquisados é considerado insuficiente.

O quadro mostra que o público leitor da Imprensa escrita catarinense demonstrou-se satisfeito com o desempenho dos jornais. Os leitores apontaram que as matérias publicadas nos jornais do Estado correspondem com as expectativas do público de modo geral. Destacando-se que uma parcela significativa de leitores do DC, consideram que o nível de desempenho da Imprensa é excelente.

O quadro 18 explicita a classificação da Imprensa catarinense quanto à visibilidade das informações.

Como você classifica a visibilidade das informações?	DC	JSC	AN
Excelente (%)	4	1	11
Bom (%)	56	37	23
Satisfatório (%)	27	46	25
Insuficiente (%)	13	16	41
Total	100	100	100

Quadro 18 - Visibilidade das informações.
Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados quanto à classificação da visibilidade das informações, os dados apresentados no quadro 18, demonstram que para 4% dos leitores do DC, 1% do JSC, e 11% do AN, este critério é considerado excelente. Já para 56%, 37% e 23% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, a classificação é considerada boa, sendo este o critério mais citado pelos leitores pesquisados.

O critério satisfatório também foi citado por 27% do DC, 46% do JSC e 25% do jornal AN. Vale salientar, que um percentual significativo, 41% dos leitores do jornal AN, consideraram insuficiente a visibilidade das informações. Já este critério, foi pouco citado pelos leitores dos demais jornais pesquisados, 13% do DC e 16% do JSC.

O quadro mostra que para os jornais DC e JSC, a distribuição de informações e visualização são canalizados para melhor apresentação de leitura para o público, sendo apontado como um dos pontos fortes dos jornais citados.

O quadro 19 traz a classificação dos jornais pesquisados quanto à padronização.

Como você classifica a padronização dos anúncios?	DC	JSC	AN
Excelente (%)	4	4	11
Bom (%)	56	45	23
Satisfatório (%)	27	41	23
Insuficiente (%)	13	10	43
Total	100	100	100

Quadro 19 - Padronização dos Anúncios.
Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme o quadro 19, a pesquisa revelou que para os leitores entrevistados a padronização dos anúncios na Imprensa de SC, é considerada excelente por 4% dos leitores do DC, 4% do JSC e 11% do jornal AN. Já o critério bom foi citado por 56%, 45% e 23% dos jornais DC, JSC e NA, respectivamente.

Na opinião de 27% dos leitores entrevistados do DC, 41% do JSC e 23% do jornal AN a padronização dos anúncios é considerada satisfatória. Todavia, 13%, 10% e 43% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, classificaram a padronização dos anúncios como insuficiente, destacando o percentual elevado pelos leitores do AN.

Para o público da Imprensa escrita catarinense, os dados apresentados indicam satisfação dos leitores quanto à padronização dos anúncios veiculados em seus cadernos e, uma parcela relevante aponta a padronização de nível bom.

2.1 Publicidade

O quadro 20 apresenta o espaço reservado à publicidade pelos jornais pesquisados, na ótica dos leitores.

Quantas páginas a Imprensa diária catarinense dedica a publicidade?	DC	JSC	NA
Até 2 páginas (%)	3	6	14
De 3 a 4 páginas (%)	30	26	20
De 5 páginas acima (%)	67	68	66
Total	100	100	100

Quadro 20 - Publicidade.

Fonte: Dados coletados (2004).

A pesquisa buscou levantar quantas páginas os jornais pesquisados dedicam a publicidade. Os resultados demonstram que até 2 páginas, na opinião de 3% dos leitores dos DC, 6% do JSC e 14% do AN.

De 3 a 4 páginas foi citado por 30% dos leitores do DC, 26% do JSC e 20% do AN. Já, acima de 5 páginas, foi citado por 67%, 68% e 66% dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente. Neste sentido, constata-se que os jornais pesquisados dedicam um espaço significativo para a publicidade.

Os dados mostram que os jornais DC, JSC e AN, destinam grandes espaços para publicidade em cadernos especiais que atingem suas edições, espaços que variam na opinião da maioria dos leitores a partir de 5 páginas, sendo apontado como espaço exclusivamente de divulgação empresarial, com intuito de atingir a população catarinense e impulsionar às compras e ao consumo de bens e serviços.

O quadro 21 mostra o espaço que os jornais pesquisados reservam aos classificados.

E quanto aos classificados?	DC	JSC	AN
Até 2 páginas (%)	1	6	10
Até 3 a 4 páginas (%)	5	8	10
5 páginas ou mais (%)	94	86	80
Total	100	100	100

Quadro 21 - Classificados.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme dados explicitados no quadro 21, a pesquisa revelou que os jornais pesquisados reservam até duas páginas para anúncios classificados, segundo 1% dos leitores do DC, 6% do JSC e 10% do AN.

Já 3 a 4 páginas, reservadas a classificados foi citado por 5%, 8% e 10% dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente. Todavia, acima de 5 páginas, foi o espaço mais citado por todos os leitores entrevistados dos jornais pesquisados, 94%, 86% e 80%, respectivamente.

Em suma, através dos dados é possível inferir que os três jornais pesquisados apresentam mais de 5 páginas reservadas aos classificados.

O quadro 22 evidencia como é considerado o custo da publicidade na visão de leitores dos jornais pesquisados.

Custo desta publicidade pode ser considerado?	DC	JSC	AN
Caro (%)	43	51	47
Equilíbrio Custo/Benefício (%)	50	48	47
Barato (%)	7	1	6
Total	100	100	100

Quadro 22 - Custo de Publicidade.

Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados sobre o custo da publicidade nos jornais pesquisados, o quadro 22 demonstra que segundo 43%, 51% e 47% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, a veiculação de anúncios publicitários é considerado caro.

Todavia, 50% dos leitores entrevistados do DC, 48% do JSC e 47% do AN, o custo da publicidade é equilibrado entre custo e benefício.

Neste contexto, vale sugerir aos jornais pesquisados, uma análise criteriosa sobre os custos incorridos nas publicações de anúncios publicitários, visando atender as expectativas dos leitores/clientes.

O quadro 23 apresenta o nível de satisfação dos leitores pesquisados em relação ao aspecto publicidade.

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:	DC	JSC	AN
Altamente satisfeito (%)	42	36	27
Satisfeito (%)	48	54	58
Insatisfeito (%)	10	10	15
Total	100	100	100

Quadro 23 - Nível de Satisfação.
Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme o quadro 23, a pesquisa revelou que 42%, 36% e 27% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, estão altamente satisfeitos quanto ao critério publicidade.

Já um percentual significativo de entrevistados, 48% dos leitores do DC, e mais a maioria dos entrevistados, 54% e 58% dos jornais JSC e AN respectivamente, consideram-se satisfeitos no que se refere a este quesito. Todavia, 10% dos leitores do DC, 10% do JSC e 15% do AN,

declararam estar insatisfeitos com o espaço publicitário dos jornais pesquisados.

2.2 Política:

O quadro 24 analisa a importância dada pela Imprensa catarinense à política internacional

A Imprensa diária catarinense analisa a política internacional, dando importância a estes aspectos?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	32	35	38
Às vezes (%)	53	47	38
Raramente (%)	15	18	24
Total	100	100	100

Quadro 24 - Abordagem da Política Internacional.

Fonte: Dados coletados (2004).

A pesquisa sobre temas relativos a política internacional pode ser verificada através do quadro 24, onde os resultados demonstram que a Imprensa de Santa Catarina, em específico, os jornais pesquisados, segundo 32%, 35% e 38% dos jornais DC, JSC e NA, respectivamente, sempre apresentam a análise da política internacional.

No entanto, 50% dos leitores do DC, 47% do JSC e 38% do AN, relataram que o tema em foco é abordado às vezes. Já 15%, 18% e 24% dos jornais DC, JSC, AN afirmaram a política internacional raramente é abordada nos jornais pesquisados.

Conforme os dados, verifica-se que a Imprensa catarinense em específico os jornais pesquisados deixam a desejar quando abordam a

política internacional demonstrando assim oportunidades de melhoria, como diversificação de opiniões, facilitando assim a interpretação do leitor.

O quadro 25 evidencia se a Imprensa diária catarinense analisa a política do Brasil e de SC, dando a devida importância a estes aspectos.

A Imprensa diária catarinense analisa a política do Brasil e de SC, dando a devida importância a estes aspectos?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	48	47	38
Às vezes (%)	47	41	38
Raramente (%)	4	12	24
Total	100	100	100

Quadro 25- A Imprensa e a análise da política de SC e do Brasil.
Fonte: Dados coletados (2004).

Através dos dados apresentados no quadro 25, é possível verificar que os articulistas, colunistas e editorialistas analisam a política do Brasil e de SC, dando a devida importância a estas coberturas segundo 48%, 47% e 38% dos leitores dos jornais DC, JSC e NA, respectivamente.

Todavia, um percentual de 47% do DC, 41% do JSC e 38% do AN, relataram que a cobertura sobre o tema em foco é abordada às vezes pelos jornais pesquisados.

Já 4% dos leitores do jornal DC, 12% do JSC e 24% do AN, indicam que raramente a política de nível nacional e estadual, recebem a importância pelos jornais pesquisados.

O quadro 26 apresenta a análise da Imprensa escrita catarinense quanto os três poderes.

A Imprensa diária escrita de SC analisa os três poderes (Legislativo, Executivo, Judiciário) do Brasil e de SC, dando a devida importância a estes aspectos?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	18	37	21
Às vezes (%)	66	55	49
Raramente (%)	16	8	30
Total	100	100	100

Quadro 26 - A Imprensa Catarinense e os três poderes.

Fonte: Dados coletados (2004).

Para 66% dos leitores entrevistados do DC, 55 % do JSC e 49% do AN, somente as vezes, a Imprensa diária escrita de SC analisa os três poderes (Legislativo, Executivo, Judiciário) do Brasil e de SC, dando a devida importância a estes aspectos. Já 16%, 8% e 30% dos entrevistados do DC, JSC e AN, respectivamente, isso raramente acontece.

Porém, 18% dos leitores do DC, 37% do JSC e 21% do AN admitiram que sempre, a Imprensa diária escrita de SC dá ênfase, suas reportagens aos três poderes (Legislativo, Executivo, Judiciário).

O quadro 27 mostra se na cobertura de políticas públicas a Imprensa diária de SC busca a diversidade de fontes e de opiniões, segundo seus leitores.

Na cobertura de políticas públicas a Imprensa diária de SC busca a diversidade de fontes e de opiniões?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	14	20	15
Às vezes (%)	52	58	48
Raramente (%)	34	22	37
Total	100	100	100

Quadro 27- Cobertura de políticas públicas.

Fonte: Dados coletados (2004).

Quando se avalia a performance dos meios de comunicação em relação a princípios e valores fundamentais, o tema diversidade de opiniões emerge como um dos mais importantes.

O quadro 27 demonstra que segundo 14%, 20% e 15% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, a cobertura de políticas públicas e diversidades de opiniões ocorre sempre. Todavia, o critério às vezes foi o mais citado nesta questão, 52%, (DC) 58% (JSC) e 48%(AN). O critério raramente também foi destacado por 34% dos leitores entrevistados do DC, 22% do JSC e 37% do AN.

Com base nestes dados, é possível inferir que nos jornais pesquisados a cobertura de políticas públicas e diversidade de opiniões não recebe a atenção devida.

No quadro 28, explicita-se na visão dos leitores, artigos político-partidários dirigem-se ao público específico envolvido em questões políticas ao leitor comum.

Os artigos político-partidários dirigem-se ao público específico envolvido em questões políticas ou estas informações são de interesse do leitor comum?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	15	16	13
Às vezes (%)	68	72	55
Raramente (%)	17	12	32
Total	100	100	100

Quadro 28 - Artigos políticos partidários.

Fonte: Dados coletados (2004).

Analisando os artigos políticos partidários publicados na imprensa catarinense, em específico os jornais pesquisados, o quadro 28 demonstra

que, na opinião de 15%, 16% e 13% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, os textos em foco são sempre dirigidos a um público específico envolvido.

Já, mais da metade dos leitores entrevistados, 68% do DC, 72% do JSC 55% do AN responderam que só às vezes a abordagem é dirigida a um público específico. O critério raramente também foi citado por 17% dos leitores entrevistados do DC, 12% do JSC e 32% do AN.

Como resultados da pesquisa é possível verificar que os critérios às vezes e raramente, juntos somaram mais de 80% dos leitores entrevistados, indicando que nos jornais pesquisados a abordagem com foco político-partidário não está atendendo as expectativas do público-alvo.

O quadro 29 apresenta o nível de satisfação dos leitores da Imprensa escrita catarinense quanto ao tema política

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona.	DC	JSC	AN
Altamente satisfeito (%)	25	39	20
Satisfeito (%)	59	40	58
Insatisfeito (%)	16	21	22
Total	100	100	100

Quadro 29 - Nível de satisfação quanto ao critério política.
Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados sobre o nível de satisfação quanto à publicação de tema políticos nos jornais pesquisados, o quadro 29 indica que 25%, 39% e 20% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, afirmaram que estão altamente satisfeitos.

Já o critério satisfeito foi citado por 59% dos leitores do DC, 40% do JSC e 58% do AN. Todavia, 16%, 21% e 22% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, afirmaram que estão insatisfeitos com a forma com a abordagem dos temas políticos nos jornais pesquisados.

Os dados expostos destacam o critério satisfeito como o mais citado pelos leitores dos jornais pesquisados.

2.3 Economia

O quadro 30 traz a opinião dos leitores quanto à importância dada à situação econômica do País, e do Estado SC, pela Imprensa diária.

A Imprensa diária escrita de SC analisa e dá importância à situação econômica do País, e do Estado SC?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	47	63	44
Às vezes (%)	49	35	38
Raramente (%)	4	2	18
Total	100	100	100

Quadro 30 - Economia.

Fonte: Dados coletados (2004).

Na pesquisa buscou-se analisar a ênfase dada à cobertura da política econômica do Brasil e de Santa Catarina. O quadro 30 indica que para 47%, 63% e 44% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, os jornais pesquisados sempre abordam o tema em foco.

Já na opinião de 49% dos leitores DC, 35% do JSC e 38% do AN, somente às vezes a Imprensa aborda com a devida importância, temas ligados à situação econômica do Brasil e do Estado de Santa Catarina.

Sendo que 4% (DC), 2% (JSC) e 18% (AN) dos leitores entrevistados, afirmaram que raramente a Imprensa pesquisada dá atenção especial ao tema em foco.

Em suma, pode-se dizer que a informação econômica nos jornais pesquisados está em atraso com relação ao desenvolvimento da sociedade.

O quadro 31 mostra se a Imprensa diária catarinense aborda com relevância os temas como; inflação, moeda, câmbio, desvalorização.

A Imprensa diária escrita de SC aborda com relevância os temas como; inflação, moeda, câmbio e desvalorização?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	32	50	31
Às vezes (%)	52	40	47
Raramente (%)	16	10	22
Total	100	100	100

Quadro 31 - Abordagem sobre moeda, câmbio e desvalorização.

Fonte: Dados coletados (2004).

Na pesquisa foi levantada a opinião dos leitores, quanto à abordagem de temas como inflação, moeda e câmbio. Os resultados demonstraram que segundo 32% dos leitores DC, 50% do JSC e 31% do AN o tema em foco, é abordado sempre com a devida importância.

Já na visão de um percentual significativo de leitores, 52%, 40%, 47% dos leitores do DC, JSC e AN respectivamente, matérias relacionadas ao tema em foco, só são abordadas às vezes.

Vale ressaltar, que para 16% dos leitores do DC, 10% do JSC e 22% do AN, raramente são publicadas reportagens envolvendo inflação, câmbio de moedas e desvalorização para interesse geral.

Em suma, pode-se inferir que os leitores pesquisados, mais da maioria dos três jornais, destacaram falta de ênfase no tema em foco, não atendendo assim as expectativas ou até mesmo necessidade dos leitores.

O quadro 32 mostra, se a Imprensa diária de SC aborda o tema comportamento dos trabalhadores frente às crises econômicas.

Comportamento dos trabalhadores frente às crises econômicas	DC	JSC	AN
Sempre (%)	23	38	27
Às vezes (%)	62	40	52
Raramente (%)	15	22	21
Total	100	100	100

Quadro 32 - Abordagem sobre comportamento dos trabalhadores frente às crises econômicas.

Fonte: Dados coletados (2004).

É sabido que as informações destinadas aos consumidores nem sempre lhe são adaptadas. O grande público dos jornais diários continua ainda mal informado sobre os complexos problemas que assolam o dia a dia.

Analisando a atenção dispensada pelos jornais pesquisados relacionados ao comportamento dos trabalhadores frente às crises econômicas, o quadro 32 explicita que segundo 23% dos leitores do DC, 38% do JSC e 27% do AN, o tema em foco sempre é abordado.

Já para os leitores, 62% (DC), 40% (JSC) e, 52% (AN) o critério às vezes se apresenta como o mais citado, predominando nesta questão. Todavia, para 15%, 22% e 21% dos entrevistados dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, raramente os jornais pesquisados, veiculam as matérias sobre o tema em foco dando importância em suas publicações.

O quadro 33 apresenta o nível de satisfação dos leitores quanto ao item economia.

Indique o nível de satisfação que os aspectos do item economia lhe proporciona:	DC	JSC	AN
Altamente satisfeito (%)	32	39	31
Satisfeito (%)	56	54	44
Insatisfeito (%)	12	7	25
Total	100	100	100

Quadro 33 - Nível de satisfação quanto aos aspectos ligados a economia. Fonte: Dados coletados (2004).

Foi questionado aos leitores entrevistados qual o nível de satisfação que o item economia proporciona. Os resultados evidenciam que 32% (DC), 39% (JSC) e 31% (AN) dos leitores entrevistados encontram-se altamente satisfeitos. Já em maior número, 56%, 54% e 44% dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, a resposta foi que estão satisfeitos com os itens questionados. Todavia, 12% dos leitores entrevistados do DC, 7% do JSC e 25% do AN, assinalaram que estão insatisfeitos.

Neste contexto, os dados demonstraram que os jornais pesquisados não estão atendendo as expectativas dos leitores, destacando assim, oportunidades de melhoria a fim de satisfazer as necessidades dos clientes/leitores.

2.4 Social

O quadro 34 mostra se a Imprensa diária escrita de SC apresenta caderno especial voltado a colunas sociais.

A Imprensa diária escrita de SC apresenta caderno especial voltado a colunas sociais (com comentarista social)?	DC	JSC	AN
Sim (%)	94	90	86
Não (%)	6	10	14
Total	100	100	100

Quadro 34 – Caderno especial voltado a coluna social.

Fonte: Dados coletados (2004).

Através do quadro 34, é possível verificar que os jornais pesquisados apresentam cadernos especiais, voltados a colunas sociais. Este critério foi destacado na pesquisa segundo 94% dos leitores do DC, 90% do JSC e, 86% do AN.

Todavia, um pequeno número de leitores 10%, 10% e 14% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, afirmaram que desconhecem os cadernos especiais dos jornais pesquisados. Neste contexto, destaca-se a necessidade de melhor divulgação por parte dos jornais, foco de estudo.

O quadro 35 apresenta o público-alvo da Imprensa escrita de Santa Catarina

A que tipo de público a Imprensa diária escrita de SC se destina?	DC	JSC	AN
Classe Média (%)	45	48	35
Empresários (%)	26	25	41
Classe C (%)	29	27	24
Total	100	100	100

Quadro 35 - Público leitor.

Fonte: Dados coletados (2004).

É sabido que em qualquer organização para desenvolver um serviço ou produto, em primeira instância, destaca-se a necessidade de

conhecer qual o público que se pretende atingir, para os jornais não é diferente.

Assim, através do quadro 35, buscou-se levantar qual o público que a Imprensa escrita especificamente os jornais foco de estudo, se destinam. Neste contexto, 45% dos leitores do DC, 48% do JSC e 35% do AN apontaram a classe média como o público favorito dos jornais pesquisados.

Já 26%, 25% e 41% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, assinalaram os empresários como público-alvo. No entanto, 29% (DC), 27% (JSC) e 24% (AN) dos leitores entrevistados indicaram a classe C como público-alvo dos jornais pesquisados.

O quadro 36 apresenta as tendências da Imprensa escrita de SC.

Existe algum tipo de tendência na Imprensa escrita de SC?	DC	JSC	AN
Sim (%) (Política)	74	60	45
Não (%)	26	40	55
Total	100	100	100

Quadro 36 - Tendências da Imprensa.
Fonte: Dados coletados (2004).

Os leitores entrevistados foram chamados a responder quais as tendências dos jornais pesquisados, onde 74% 60% e 45% dos leitores dos jornais DC, JSC e NA, respectivamente, afirmaram que a tendência é considerada política. Já 26% do DC, 40% do JSC e 55% do AN, destacaram não haver tendências nos jornais pesquisados.

O quadro 37 evidencia o nível de satisfação dos entrevistados quanto aos aspectos ligados à sociedade

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:	DC	JSC	AN
Altamente satisfeito	23	30	27
Satisfeito	49	55	49
Insatisfeito	28	15	24
Total	100	100	100

Quadro 37 - Nível de satisfação quanto ao critério sociedade.

Fonte: Dados coletados (2004).

A satisfação é uma reação completa do consumidor ao ato de consumir. É um julgamento de que os atributos do produto ou serviço proporcionam, ou estão proporcionando um nível de experiência completo de consumo, que pode ser agradável ou não.

Nesta pesquisa, buscou-se levantar o nível de satisfação dos leitores quanto aos cadernos especiais dos jornais pesquisados. Os resultados demonstraram que 23%, 30% e 27% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN respectivamente, consideram-se altamente satisfeitos. Já 49% dos leitores do DC, 55% do JSC e 49% do AN, declararam-se satisfeitos com este item. Todavia, um número significativo de leitores entrevistados 28% (DC), 15% (JSC) e 24% (AN) apresentaram-se insatisfeitos.

Assim, torna-se necessária à conscientização, por parte da organização como um todo, de que a satisfação do leitor/consumidor pode ser importante arma competitiva, desde que administrada adequadamente.

2.5 Religião

O quadro 38 evidencia a relevância oferecida pela Imprensa diária escrita de SC na abordagem de temas como tipo de religião existente em SC, religião predominante e tipos de crenças existentes no Estado.

A Imprensa diária escrita de SC aborda com relevância temas como tipo de religião existente em SC, religião predominante e tipos de crenças existentes no Estado?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	5	17	14
Às vezes (%)	46	36	28
Raramente (%)	49	47	58
Total	100	100	100

Quadro 38 – Abordagem de temas como tipo de religião existente em SC, religião predominante, tipo de crenças existente no Estado.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 38, 49% dos leitores do DC, 47 do JSC e 58% do AN, admitiram que raramente a Imprensa diária de SC aborda com relevância, temas como tipo de religião existente em SC, religião predominante e tipos de crenças existentes no Estado.

Neste sentido, 46% da amostra pesquisada do DC, 36% do JSC e 28% do AN, apontaram que somente às vezes, tais temas são enfocados.

Já 5%, 17% e 14% dos leitores do DC, JSC e AN, respectivamente, afirmaram que estes temas sempre são abordados, com a relevância que merecem.

Vale salientar, que o critério raramente foi o mais citado pelos leitores entrevistados, destacando assim necessidade de mais atenção dos jornais pesquisados no tema em foco.

O tipo de relação que a Imprensa diária escrita de SC tem com a Igreja Católica, é explicitado no quadro 39.

Que tipo de relação a Imprensa diária escrita de SC tem com a Igreja Católica	DC	JSC	AN
Boa (%)	53	62	36
Ajuda Comunitária (%)	26	21	38
Liberdade (%)	21	17	26
Total	100	100	100

Quadro 39 – Relações com a Igreja Católica.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme relataram 53%, 62% e 36% dos entrevistados do DC, JSC e AN, respectivamente, a relação entre a Imprensa diária escrita de SC e a Igreja Católica é considerada boa. Já 26% dos leitores do DC, 21% do JSC e 38% do AN, afirmaram que esta relação é de ajuda comunitária.

Ao passo que 21% dos entrevistados do DC, 17% do JSC e 26% do AN, a relação entre Igreja e Imprensa é de total liberdade, não estando a Imprensa diária escrita de SC, “presa” a Igreja Católica, podendo, inclusive, se opor, a ela se necessário, em suas reportagens.

O quadro 40 evidencia se a Imprensa diária de SC traz reportagens sobre outras religiões, que não a católica.

E com as outras religiões?	DC	JSC	NA
Boa (%)	33	52	27
Ruim (%)	17	25	9
Liberdade (%)	36	16	38
Ação comunitária (%)	14	7	26
Total	100	100	100

Quadro 40 – Relacionamento com outras religiões.

Fonte: Dados coletados (2004).

Os leitores dos jornais pesquisados também foram chamados a dar sua opinião quanto ao relacionamento dos jornais com outras religiões, com exceção da católica que é predominante no Estado. Os resultados indicaram que o relacionamento da Imprensa com o tema em foco é considerado bom, segundo 33% dos leitores do DC, 52% do JSC e 27% do AN.

Já 17% (DC) 25% (JSC) e 9% (AN) dos leitores entrevistados consideraram ruim, a relação da Imprensa pesquisada com o tema em foco. Enquanto que uma relação onde a liberdade de opinião predomina, é vista por 36% dos leitores do DC, 16% do JSC e 38% do AN.

Também não se pode deixar de citar, uma relação de ação comunitária, onde a Imprensa e as demais religiões trabalhando juntas na busca de uma sociedade mais justa, sendo esta posição citada por 14% dos leitores do DC, 7% do JSC e 26% do AN.

O quadro 41 evidencia o nível de satisfação dos entrevistados quanto aos aspectos ligados a Religião.

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:	DC	JSC	AN
Altamente satisfeito (%)	31	48	21
Satisfeitos (%)	41	41	47
Insatisfeito (%)	28	11	32
Total	100	100	100

Quadro 41 – Nível de satisfação com os aspectos ligados a religião.
Fonte: Dados coletados (2004).

Consideram-se altamente satisfeitos 31%, 48% e 21% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, no que se refere a matérias sobre religião, veiculadas pela Imprensa diária de SC.

Já 41% dos leitores entrevistados dos jornais DC e JSC e 47% do AN, afirmaram que estão satisfeitos com a abordagem de temas ligados a religião.

Ao passo que, 28% dos entrevistados do DC, 11% do JSC e 32% do AN, admitiram que se encontram insatisfeitos com as abordagens dos temas ligados a religião, pois, deixam a desejar em muitos aspectos, especialmente, no que se refere a abordagem de outras religiões, que não a Católica, justificando assim necessidade de mais atenção dos jornais pesquisados ao tema em foco.

2.6 Saúde

O quadro 42 mostra a visão dos entrevistados quanto a abordagem que a Imprensa diária catarinense apresenta no que se refere à saúde pública.

A Imprensa diária catarinense apresenta aspectos relacionados à saúde pública, dados como descobrimento da cura de novas doenças, número de hospitais em SC, quais os planos de saúde e que faixa social contemplam, medicamentos gratuitos	DC	JSC	NA
Sempre (%)	20	18	29
Às vezes (%)	55	54	41
Raramente (%)	25	28	30
Total	100	100	100

Quadro 42 – Abordagem de aspectos ligados a saúde.
Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme 55% dos leitores do DC, 54% do JSC e 41% do AN, a Imprensa escrita de Santa Catarina aborda às vezes, os aspectos relacionados à saúde pública. Dados como o descobrimento da cura de novas doenças, número de hospitais em SC, quais os planos de saúde e que faixa social contemplam, medicamentos gratuitos etc..

Já 20% dos entrevistados do DC, 18% do JSC e 29% do AN, afirmaram que a Imprensa sempre privilegia estes aspectos.

Contudo, 25%, 28% e 30% dos leitores entrevistados do DC, JSC e AN, discordam e relataram que raramente dá-se ênfase a estes temas, na Imprensa diária de SC.

Como relataram os próprios entrevistados “não parece haver interesse dos jornais pesquisados em publicar matérias sobre saúde, números de hospitais, pronto socorro, orientações sobre procedimentos a usuários de planos de saúde etc.”.

O quadro 43 mostra, na visão dos leitores entrevistados, se a Imprensa diária catarinense analisa as deficiências das políticas de saúde do Estado de SC.

A Imprensa diária catarinense analisa as deficiências das políticas de saúde do estado?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	39	21	30
Às vezes (%)	43	54	36
Raramente (%)	18	25	34
Total	100	100	100

Quadro 43 – Deficiências políticas.
Fonte: Dados coletados (2004).

Segundo 43% dos leitores entrevistados do DC, 54% do JSC, somente às vezes, a Imprensa diária catarinense analisa as deficiências das

políticas de saúde do Estado. Já, 18% dos leitores entrevistados do DC, 25% do JSC, raramente isso acontece.

Todavia, 39% dos entrevistados, leitores do DC e 21% do JSC apontaram que sempre há empenho da Imprensa diária escrita de SC, para análise e discussão das deficiências, das políticas de saúde no Estado de SC, visando situar o leitor, quanto a este problema.

Para 30% dos leitores entrevistados do AN, a Imprensa de SC sempre analisa as deficiências das políticas de saúde no Estado. Já 36% das pessoas que participaram da entrevista, responderam que às vezes a Imprensa traz abordagem quanto às deficiências das políticas de saúde. E 34% dos pesquisados revelaram que raramente são publicados matérias que venham expor para a população em geral, as deficiências das políticas de saúde do Estado.

O quadro 44 explicita o nível de satisfação dos leitores quanto a abordagem de aspectos ligados a saúde.

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona	DC	JSC	AN
Altamente satisfeito (%)	22	28	24
Satisfeito (%)	53	52	58
Insatisfeito (%)	25	20	18
Total	100	100	100

Quadro 44 – Nível de satisfação quanto ao critério saúde.
Fonte: Dados coletados (2004).

Com base no quadro 44, pode-se constatar que a maioria dos entrevistados, 53% do DC, 52% do JSC e 58% do AN relataram que estão satisfeitos com a abordagem feita pela Imprensa diária de SC, de temas ligados a saúdes.

Destaca-se que, 22% dos leitores do DC, 28% do JSC e 24% do AN, apresentam nível de satisfação excelente, ou seja, estão altamente satisfeitos, com a abordagem da Imprensa diária de SC, no que se refere ao critério saúde.

Já 25%, 20% e 18% dos entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, afirmaram que a abordagem é fraca ou deficiente, estando, os mesmos insatisfeitos, com as reportagens veiculadas pela Imprensa diária de Santa Catarina.

Para o leitor da Imprensa escrita, os assuntos e matérias publicadas nas colunas dos jornais catarinenses, de modo geral atendem o público em sua leitura diária. Já uma parcela relevante da amostra identifica satisfação dos leitores quanto a este quesito e, relataram que os assuntos relacionados a saúde veiculados nos jornais do Estado, atingem a população com orientações básicas e fundamentais para os usuários.

2.7 Tecnologia

O quadro 45 evidencia, se a Imprensa diária catarinense enfoca as novas tecnologias da informação e comunicação de forma informativa, na visão dos leitores dos jornais DC, JSC e AN.

A Imprensa diária catarinense enfoca as novas tecnologias da informação e comunicação de forma informativa?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	25	34	19
Às vezes (%)	62	58	48
Raramente (%)	13	8	33
Total	100	100	100

Quadro 45 - Tecnologia.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme 62% dos leitores do DC entrevistados, 58% do JSC e, 48% do AN, somente às vezes e, para 13% dos entrevistados do DC e para 8% do JSC, 33% do AN raramente, a Imprensa diária catarinense enfoca as novas tecnologias da informação e comunicação de forma informativa, visando situar o leitor, quanto as mesmas. Já 25% dos leitores do DC entrevistados, informaram que na sua visão, isso sempre acontece. Opinião esta, que é partilhada por 34% dos leitores do JSC e, 19% do AN.

A Imprensa diária catarinense, para 19% dos entrevistados, enfoca as novas tecnologias da informação e da comunicação de forma informativa, já 48% dos leitores responderam que somente às vezes a Imprensa enfoca tais assuntos de forma informativa, explicando os mesmos. E, 33% dos leitores responderam que raramente a Imprensa SC enfoca assuntos relacionados a novas tecnologias de informação ou comunicação.

Uma parcela relevante dos leitores da Imprensa escrita de SC aponta que as informações a respeito das novas tecnologias veiculadas nas colunas dos jornais catarinenses são sempre, de caráter informativo.

O quadro 46 evidencia, na visão dos leitores, se ao tratar das modernas perspectivas de desenvolvimento tecnológico, a Imprensa diária catarinense compreende que o ambiente não está distante do ser humano.

Ao tratar das modernas perspectivas de desenvolvimento tecnológico, a Imprensa diária catarinense compreende que o ambiente não está distante do ser humano?	DC	JSC	AN
Sempre (%)	33	12	15
Às vezes (%)	57	70	57
Raramente (%)	10	18	28
Total	100	100	100

Quadro 46 - A Imprensa apresenta modernas perspectivas de desenvolvimento Tecnológico.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme relataram 57%, 70% e 57% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC, AN respectivamente, ao tratar das modernas perspectivas de desenvolvimento tecnológico, a Imprensa diária catarinense às vezes compreende que o ambiente não está distante do ser humano. Assim, enfoca tanto o aspecto tecnológico como o humano, dando, também, ênfase a este último. Cabe destacar que segundo 33% dos leitores do DC, 12% do JSC e 15% do AN este aspecto sempre é privilegiado pela Imprensa.

Todavia, 10% dos leitores entrevistados do DC, 18% do JSC e 28% do AN, afirmaram que raramente a Imprensa diária escrita, em suas reportagens, veiculadas, compreende e enfatiza que o ambiente tecnológico caminha junto com o do ser humano.

O quadro 47 mostra o nível de satisfação dos entrevistados, quanto ao quesito tecnologia.

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona	DC	JSC	AN
Altamente satisfeito (%)	25	26	25
Satisfeito (%)	65	70	60
Insatisfeito (%)	10	4	15
Total	100	100	100

Quadro 47 – Nível de Satisfação quanto ao quesito tecnologia.

Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados sobre o nível de satisfação quanto aos aspectos do quesito tecnologia, a maioria dos leitores entrevistados, sendo 65% do DC, 70% do JSC e 60% do AN indicaram nível de satisfação bom, ou seja, estão satisfeitos.

Enquanto que 10% dos leitores do DC, 4% do JSC e 15% do AN indicaram que estão insatisfeitos quanto a abordagem da Imprensa diária de Santa Catarina, no que se refere a aspectos ligados a tecnologia.

Já 25%, 26% e 25% dos entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, apontaram nível de satisfação excelente, ou seja, encontram-se altamente satisfeitos quanto as matérias veiculadas, sobre novas tecnologias.

Assim, constata-se que a maioria dos leitores catarinenses, estão satisfeitos com a apresentação de assuntos voltados às novas tecnologias da informação e comunicação.

2.8 Moda

O Quadro 48 explicita, na ótica dos entrevistados, se a Imprensa diária catarinense apresenta as tendências da moda com os grandes nomes nacionais e internacionais.

A Imprensa diária catarinense apresenta as tendências da moda com os grandes nomes nacionais e internacionais?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	34	55	35
Às vezes (%)	56	34	43
Raramente (%)	10	11	22

Quadro 48 - Tendências da moda a nível nacional e internacional.

Fonte: Dados coletados (2004).

Para 56% dos leitores do DC, as tendências da moda aparecem nas colunas às vezes e, para 10% raramente a Imprensa diária catarinense apresenta as tendências da moda com os grandes nomes nacionais e internacionais. Já, segundo 34% dos entrevistados, sempre estes aspectos

são privilegiados pela Imprensa local. Esta visão é partilhada por 55% dos leitores do JSC.

Destaca-se ainda, que 34% dos leitores entrevistados do JSC apontaram que às vezes as tendências nacionais e internacionais da moda são focos centrais das reportagens veiculadas na Imprensa diária catarinense, enquanto que 11% dizem que isso raramente acontece.

A pesquisa mostra também, que para 43% dos leitores entrevistados do AN, somente às vezes a Imprensa catarinense apresenta tendências de moda com grandes nomes a nível nacional e internacional e, 35% dos entrevistados responderam que sempre a Imprensa traz abordagem de moda e tendências de nível nacional e internacional. Todavia, 22% dos resultados obtidos apontam que raramente são publicados matérias sobre moda.

De modo geral, os dados indicam que os leitores da Imprensa catarinense se mostram satisfeitos com as matérias sobre moda veiculadas nas colunas dos jornais que circulam no Estado, relatando que as tendências internacionais sempre influenciam os hábitos da população, motivando-as para inovação e, sempre auxiliando diretamente os profissionais da área envolvidos.

Já o quadro 49, mostra visão dos entrevistados quanto às tendências da moda no Estado de Santa Catarina.

Mostra as tendências da moda em SC?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	35	48	37
Às vezes (%)	52	42	41
Raramente (%)	13	10	22
Total	100	100	100

Quadro 49 – Abordagem Tendências da moda em SC.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme o quadro 49, 52% dos leitores do DC, a Imprensa diária catarinense somente às vezes mostram as tendências da moda em Santa Catarina. Já para 13%, raramente abordam este aspecto. Porém, 35% dos pesquisados afirmam que sempre são destacadas, na Imprensa diária catarinense, as tendências da moda no Estado. Visão esta, que é partilhada por 48% dos leitores dos JSC e 37% dos leitores do AN.

Destaca-se ainda, que 42% e 41% dos leitores entrevistados dos jornais JSC e AN, respectivamente, afirmaram que às vezes a Imprensa diária catarinense mostra as tendências da moda no Estado de SC. Sendo que, segundo 10% dos leitores do JSC e, 22% do AN, apontam que raramente, este tema é abordado pela Imprensa diária catarinense.

O quadro 50 evidencia o nível de satisfação dos leitores quanto aos aspectos ligados a moda, segundo os entrevistados.

Indique o nível de satisfação que os aspectos ligados a moda lhe proporciona:	DC	JSC	NA
Altamente satisfeitos (%)	44	57	45
Satisfeitos (%)	47	35	34
Insatisfeitos (%)	9	8	21
Total	100	100	100

Quadro 50 – Nível de Satisfação.

Fonte: Dados coletados (2004).

Na visão de 44%, 57% e 45% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, o desempenho da Imprensa diária de SC, quanto à abordagem de assuntos ligados às tendências da moda é excelente, considerando-se altamente satisfeitos neste item.

Já 47% dos leitores entrevistados do DC, 35% do JSC e 34% do AN respectivamente, apresentaram-se satisfeitos quanto às abordagens das tendências da moda, a nível internacional, nacional e estadual. Por fim, para 9%, 8% e 21% da amostra de pesquisa dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, apresentam baixo nível de satisfação, ou seja, encontram-se insatisfeitos, no que se refere a este critério.

Logo, pode-se inferir que um percentual significativo dos leitores entrevistados de todos os jornais pesquisados apresentou um nível de satisfação considerado médio, quanto a abordagem de temas ligados as tendências da moda, tanto, na esfera nacional/internacional quanto estadual.

Neste contexto, as oportunidades de melhoria tornam-se necessárias para aumentar a satisfação de seus leitores.

2.9 Educação

O quadro 51 mostra se a Imprensa diária catarinense aborda temas como: edição de leis voltadas à educação

A Imprensa diária catarinense aborda o tema edição de leis voltadas à educação?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	14	14	18
Às vezes (%)	46	48	45
Raramente (%)	40	38	37
Total	100	100	100

Quadro 51 – Abordagem de temas como: edição de leis voltadas à educação.

Fonte: Dados coletados (2004).

Para 46%, 48% e 45% dos entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, a Imprensa diária de SC, às vezes, veicula reportagens sobre a edição de leis voltadas à educação. Já 40% dos leitores do jornal, DC, 38% e 37% do AN, apontaram que raramente este tema é foco de atenção, na Imprensa local diária.

Contudo, 14% dos entrevistados dos jornais DC e JSC e 18% AN, informaram que este tema sempre é abordado pela Imprensa diária de SC.

Cabe salientar, que na opinião da maioria dos leitores da Imprensa catarinense, os temas voltados para as leis educacionais não recebem a devida atenção, justificando assim a necessidade dos jornais reverem, este aspecto, dando maior ênfase, a este assunto, que é de total relevância, à população em geral.

O quadro 52 mostra se a Imprensa diária catarinense aborda o tema educação superior pública e privada

A Imprensa diária catarinense aborda o tema educação superior pública e privada?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	39	22	15
Às vezes (%)	48	40	58
Raramente (%)	13	38	27
Total	100	100	100

Quadro 52 – Educação Superior.
Fonte: Dados coletados (2004).

Quando questionados se a Imprensa diária catarinense aborda o tema educação superior pública e privada, 39% dos entrevistados do DC, 22% do JSC e 15% do AN, afirmaram que este assunto sempre é abordado.

Segundo 48%, 40% e 58% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, o tema educação superior pública e privada é abordado às vezes, pela Imprensa diária de SC.

Destaca-se ainda, que 39% dos leitores do DC, 22% do JSC e 15% do AN, informaram que tal tema sempre é abordado, pela Imprensa diária de SC.

Como visto através dos dados, o tema educação superior faz parte das publicações dos jornais pesquisados, todavia, não da forma que o público espera e precisa, precisando assim de mais ênfase do tema em foco.

O quadro 53 mostra se a Imprensa diária catarinense aborda o tema municipalização do ensino.

A Imprensa diária catarinense aborda o tema municipalização do ensino?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	4	16	16
Às vezes (%)	54	43	56
Raramente (%)	42	41	28
Total	100	100	100

Quadro 53 - Municipalização do Ensino.
Fonte: Dados coletados (2004).

O tema municipalização do ensino é abordado, somente às vezes pela Imprensa diária de SC, conforme relataram 54%, 43% e 56% dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente.

Já 42% dos leitores entrevistados do DC, 41% do JSC e 28% do AN, citaram que raramente a municipalização é tema em voga na Imprensa diária escrita de SC.

Vale citar ainda, que 4%, 16% e 16% dos entrevistados dos jornais, DC, JSC e AN afirmaram que o tema sempre é abordado pela Imprensa diária catarinense.

Neste contexto, pode-se verificar a necessidade de maior ênfase do tema em foco, uma vez que os critérios às vezes e raramente, foram citados por mais de 80% dos leitores pesquisados.

O quadro 54 explicita se a Imprensa escrita de SC aborda o tema qualificação e salário dos professores.

A Imprensa diária catarinense aborda o tema qualificação e salário dos professores	DC	JSC	NA
Sempre (%)	52	20	14
Às vezes (%)	34	32	47
Raramente (%)	14	48	39
Total	100	100	100

Quadro 54 - Qualificação e salários dos professores.

Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 54, 52% dos leitores entrevistados do DC afirmaram que a Imprensa diária catarinense sempre aborda o tema qualificação e salário dos professores; esta visão é compartilhada por 20% dos leitores do JSC e 14% dos leitores do AN.

Já 34%, 32% e 47% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, apontaram que só às vezes, o tema qualificação e salário dos professores são abordados pela Imprensa escrita catarinense.

Ressalta-se ainda, que conforme 14% da amostra de pesquisa do DC, 48% do JSC e 39% do AN, o tema raramente é foco de atenção na Imprensa diária escrita de SC.

Neste sentido, os dados indicam a necessidade mais atenção dos jornais pesquisados ao tema qualificação e salários de professores.

O quadro 55 evidencia a opinião dos leitores entrevistados quanto a abordagem do tema qualidade do ensino (ranking nacional/estadual).

A Imprensa diária catarinense aborda o tema qualidade do ensino (ranking nacional/estadual)	DC	JSC	NA
Sempre (%)	6	18	13
Às vezes (%)	36	55	45
Raramente (%)	58	27	42
Total	100	100	100

Quadro 55 – Qualidade de Ensino.

Fonte: Dados coletados (2004).

Segundo 58% dos leitores entrevistados do DC, raramente a Imprensa diária catarinense aborda o tema qualidade no ensino, tanto no ranking nacional, como estadual, 36% apontaram que às vezes este tema é abordado, ao passo que 6% afirmam que o tema sempre é abordado pela Imprensa diária escrita de SC.

Para 55% dos leitores do JSC, o tema qualidade na educação é abordado, somente às vezes, pela Imprensa diária escrita de SC. Já 27% relataram que raramente este tema é abordado, enquanto que para 18%, o assunto sempre é foco de atenção na Imprensa diária catarinense.

Destaca-se ainda, que 45% dos leitores do AN entrevistados apontam que o tema qualidade na educação (ranking nacional/estadual) é

abordado, às vezes, pela Imprensa diária de SC, já 42% da amostra pesquisada, afirmaram que raramente o assunto é abordado, contudo, segundo 13% da amostra, este tema sempre está em pauta na Imprensa diária de SC.

Sobre este aspecto, assim, se expressaram os entrevistados: “não vejo preocupação alguma dos jornais pesquisados com o tema em questão”.

O quadro 56 indica o nível de satisfação que os aspectos deste do item educação proporciona aos leitores.

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:	DC	JSC	NA
Altamente satisfeitos (%)	15	25	20
Satisfeitos (%)	48	44	45
Insatisfeitos (%)	37	31	35
Total	100	100	100

Quadro 56 - Nível de satisfação quanto ao critério educação.

Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados sobre o nível de satisfação das abordagens feita pela Imprensa diária de SC de temas ligados a educação, constata-se que a maioria dos leitores entrevistados dos três jornais, apresentaram-se altamente satisfeitos, sendo 48%, 44% e 45% dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente.

Destaca-se ainda, que 37%, 31% e 35% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, consideram-se satisfeitos quanto ao item educação. Contudo, 15% dos leitores entrevistados do DC, 25% do JSC e

20% AN relataram que estão insatisfeitos com a abordagem realizada pela Imprensa diária de SC, quanto ao tema educação.

Nas palavras dos entrevistados “os jornais poderiam melhorar suas reportagens sobre educação, buscar diversificar suas fontes”. Ante os resultados da pesquisa, é possível inferir que um número significativo de leitores entrevistados está insatisfeito com a Imprensa de Santa Catarina quanto à abordagem dos temas ligados a educação.

2.10 Turismo/Lazer

No quadro 57 evidencia-se, a abordagem feita pela Imprensa escrita diária de SC em relação aos principais pontos turísticos e perspectivas do turismo a nível nacional e estadual.

A Imprensa diária catarinense apresenta os principais pontos turísticos e perspectivas do turismo a nível nacional e estadual?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	44	50	40
Às vezes (%)	52	42	40
Raramente (%)	4	8	20
Total	100	100	100

Quadro 57 - Turismo/Lazer.
Fonte: Dados coletados (2004).

Para 44%, 50% e 40% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, a Imprensa diária catarinense sempre apresenta os principais pontos turísticos e perspectivas do turismo a nível nacional e estadual.

Na visão de 52% dos leitores do DC, 42% do JSC e 40% do AN, a Imprensa diária escrita de SC, às vezes apresenta os principais pontos turísticos e perspectivas do turismo a nível nacional e estadual e, ainda para 4%, 8% e 20% dos leitores entrevistados raramente estes aspectos são privilegiados pela Imprensa escrita do Estado.

Como relataram os entrevistados, as reportagens apresentando principais pontos turísticos e perspectivas do turismo a nível nacional e estadual geralmente deixam a desejar, onde se trona necessário mais ênfase neste aspecto.

O quadro 58 explicita, na ótica dos entrevistados, a atuação da Imprensa diária de SC, em relação as principais opções de lazer disponíveis para a população no Estado de SC.

A Imprensa diária catarinense mostra as principais opções de lazer disponíveis para a população no estado de SC?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	32	50	31
Às vezes (%)	52	42	45
Raramente (%)	16	8	24
Total	100	100	100

Quadro 58 – A Imprensa e as opções de lazer de SC.
Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 58, 32% dos leitores entrevistados do DC relataram que a Imprensa catarinense sempre mostra as principais opções de lazer disponíveis para a população no Estado de SC. Já 52% da amostra pesquisada, afirmam que às vezes esta cobertura total acontece, e 16% afirmam que isso raramente acontece.

Para 50% dos entrevistados do JSC, as principais opções de lazer disponíveis para a população no Estado de SC, são mostradas frequentemente pela Imprensa escrita catarinense. Segundo 42% da amostra pesquisada, a Imprensa raramente mostra estes aspectos e, conforme 8% raramente são evidenciados.

Segundo 45% dos entrevistados do AN, somente às vezes, a Imprensa de SC mostra as principais opções de lazer disponíveis a população em geral. E, 31% dos leitores da pesquisa apontaram que sempre há destaque e divulgação das opções de lazer do Estado, pela Imprensa escrita catarinense. Já 24% da amostra da pesquisa indicou que raramente encontram-se publicações das opções de lazer na Imprensa diária escrita do Estado de SC.

O quadro 59 mostra o nível de satisfação dos leitores entrevistados quanto ao critério turismo e lazer.

Indique o nível de satisfação que os aspectos turismo e lazer lhe proporciona	DC	JSC	NA
Altamente satisfeito (%)	57	40	36
Satisfeito (%)	36	52	36
Insatisfeito (%)	7	8	28
Total	100	100	100

Quadro 59 - Nível de satisfação quanto ao critério turismo/lazer.

Fonte: Dados coletados (2004).

Quanto ao nível de satisfação que o critério turismo e lazer proporciona aos leitores, verifica-se que para 57%, 40% e 36% dos entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, o nível é excelente, consideram-se altamente satisfeitos.

Já 36% dos leitores pesquisados do DC, 52% do JSC e 36% do AN, afirmaram que se consideram satisfeitos, uma vez que a Imprensa de SC não aborda com ênfase, as matérias relacionadas a divulgação do Turismo.

Ainda, 7%, 8% e 28% dos leitores dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente indicam insatisfação quanto as divulgações do turismo e as opções de lazer do Estado, afirmando que a cobertura é ruim.

2.11 Esporte

O Quadro 60 explicita, na visão dos entrevistados, atuação da Imprensa diária de SC em relação aos esportes.

A Imprensa diária catarinense dá atenção especial aos esportes, fazendo cobertura de todos os eventos importantes a nível nacional e internacional?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	78	66	45
Às Vezes (%)	15	33	30
Raramente (%)	7	1	25
Total	100	100	100

Quadro 60 - Nível de atenção dada aos esportes.

Fonte: Dados coletados (2004).

A pesquisa revelou que segundo 78%, 66% e 45% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, acreditam que a Imprensa diária catarinense sempre dá atenção especial aos esportes, fazendo cobertura de todos os eventos importantes a nível nacional e internacional.

Esta visão não é partilhada pelos demais entrevistados, pois 15% dos leitores do DC, 33% do JSC e 30% do AN, inferem que somente às vezes os esportes ganham atenção especial. Já para 7%, 1% e 25% dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, raramente a Imprensa catarinense traz abordagem especiais relacionada aos esportes, dando ênfase nas coberturas dos eventos mais importantes tanto a nível estadual como nacional.

Neste sentido, um dos entrevistados relatou “acredito que a coluna de esportes é a mais lida, por que tem um bom conteúdo”

O quadro 61 explicita o esporte que ocupa maior destaque na Imprensa diária catarinense.

Qual o esporte que ocupa maior destaque na Imprensa diária catarinense?	DC	JSC	NA
Futebol (%)	83	85	81
Voleibol (%)	11	13	11
Tênis (%)	6	2	6
Total	100	100	100

Quadro 61 - Esporte que ocupa maior destaque na Imprensa diária catarinense.

Fonte: Dados coletados (2004).

Para 83%, 85% e 81% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, o esporte que ocupa maior destaque na Imprensa diária catarinense é o futebol. Segundo 11% da amostra pesquisada do DC, 13% do JSC e 11 do AN, o voleibol é o esporte mais destacado nas matérias veiculadas diariamente no caderno de esportes da Imprensa diária de SC. Salienta-se ainda, que 6% dos entrevistados do DC,

2% do JSC e 6% do AN citam o tênis como sendo o esporte mais destacado pela Imprensa diária.

Pode-se constatar que o futebol é o esporte que tem maior destaque no geral, na Imprensa escrita de SC, até porque, este é tido como uma paixão nacional, para os brasileiros, ocupando o topo do caderno de esportes, da grande maioria dos jornais diários do país.

O quadro 62 mostra o nível de satisfação dos leitores da Imprensa escrita de SC, quanto aos aspectos ligados a esportes.

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:	DC	JSC	NA
Altamente satisfeito (%)	60	60	40
Satisfeito (%)	28	35	43
Insatisfeito (%)	12	5	17
Total	100	100	100

Quadro 62 - Nível de satisfação que os aspectos do item esportes proporcionam.
Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 62, a maioria dos leitores entrevistados do DC e JSC, 60% cada um, e 40% da amostra pesquisada do AN acreditam que a abordagem esportiva da Imprensa diária escrita de SC é excelente, estão altamente satisfeitos.

Enquanto que um percentual significativo dos leitores entrevistados do AN 43% ao todo, 28% do DC e 35% do JSC, a abordagem é considerada satisfatória.

Destaca-se, ainda, que para 12%, 5% e 17% dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, a cobertura esportiva é deficiente, considerando-se insatisfeitos quanto a esta abordagem.

Assim, pode-se inferir que na avaliação geral dos leitores entrevistados, o nível de satisfação das matérias esportivas que recebem destaques na Imprensa de SC, é considerado bom em seu desempenho.

2.12 Drogas, Violência e Corrupção

O quadro 63 mostra como a Imprensa catarinense aborda a questão das drogas, na ótica dos entrevistados.

Como a Imprensa diária catarinense aborda a questão das drogas?	DC	JSC	NA
De forma superficial (%)	55	50	55
Evidenciando cuidados que os pais devem ter com seus filhos (%)	17	22	8
Abordando o problema de forma aberta, discutindo as consequências do uso de drogas, com profissionais de diversas áreas (%)	12	28	25
Direcionando reportagens aos usuários de drogas (%)	16		12
Total	100	100	100

Quadro 63 - Como a imprensa diária catarinense aborda a questão das drogas.
Fonte: Dados coletados (2004).

Conforme quadro 63, segundo 55%, 50% e 55% dos leitores entrevistados do DC, JSC e AN respectivamente, a abordagem relacionada às drogas feita pela Imprensa diária de Santa Catarina é feita de forma de forma superficial.

Já 17% dos leitores do DC, 22% do JSC e 8% do AN afirmam que na abordagem das drogas, a Imprensa diária escrita evidencia cuidados que os pais devem ter com seus filhos, quanto as drogas.

Destaca-se ainda, que 12%, 28% e 25% dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, relataram que a Imprensa diária catarinense aborda o problema das drogas de forma aberta, discutindo as consequências do uso destas, com profissionais de diversas áreas.

E ainda, para 16% dos leitores entrevistados do DC e 12% do AN, o problema é abordado direcionando reportagens aos usuários de drogas, visando resgatar sua dignidade e cidadania.

Como relatou um dos entrevistados "falta uma abordagem mais aprofundada do tema, superficialmente todo mundo sabe, precisa-se de mais profissionais discutindo o assunto, mais opiniões".

O quadro 64 mostra como a Imprensa aborda a questão da violência urbana no Estado de SC, na visão dos leitores entrevistados.

Como a Imprensa diária catarinense aborda questão da violência urbana no Estado de SC?	DC	JSC	NA
De forma superficial (%)	40	75	48
Evidenciando cuidados que a população deve ter (%)	22	12	25
Abordando o problema de forma aberta, discutindo as consequências destas, com profissionais de diversas áreas (%)	22	13	14
Imparcial (%)	16		13
Total	100	100	100

Quadro 64 – Como a Imprensa aborda a questão da violência urbana no Estado de SC.

Fonte: Dados coletados (2004).

Para 40% dos leitores entrevistados do DC, a questão da violência urbana no Estado de SC é abordada de forma superficial pela Imprensa diária escrita de SC, segundo 22%, a Imprensa evidencia cuidados que a população deve ter. Já 22% afirmam que a Imprensa diária escrita aborda o problema de forma aberta, discutindo as consequências deste, com profissionais de diversas áreas e, ainda, 16% dizem que o problema é discutido de forma imparcial.

Já os leitores do JSC, 75% ao todo, relataram que o assunto é abordado de maneira muito superficial, 12% dizem que o tema é discutido evidenciando os cuidados que a população deve ter e, para 13 % dos leitores entrevistados problema é abordado de forma aberta, discutindo as consequências destas, com profissionais de diversas áreas.

Destaca-se ainda, que 48% dos leitores pesquisados do AN responderam que a Imprensa catarinense trata o assunto violência urbana, apenas de forma superficial. Já 13% das respostas apontaram a imparcialidade nas matérias veiculadas.

Para 25% dos entrevistados, a Imprensa publica, as matérias evidenciam cuidados que a população deve ter para se proteger da violência urbana e, 14% da amostra pesquisada relataram que a Imprensa escrita aborda o problema de forma aberta, discutindo as consequências do uso destas, com profissionais de diversas áreas.

Ante as assertivas, pode-se constatar que a maioria geral dos entrevistados acredita que o tema em foco é pouco debatido pela Imprensa diária de SC, sendo discutido apenas de forma superficial.

Nas palavras de um dos entrevistados, “é preciso buscar mais fontes de informações que possam aprofundar mais o tema”.

O quadro 65 evidencia, na visão dos leitores, de que forma a Imprensa diária catarinense aborda a questão da corrupção no Estado catarinense.

Como a Imprensa diária catarinense aborda a questão da corrupção no estado de SC?	DC	JSC	NA
De forma superficial (%)	61	75	59
De forma aberta (%)	13	12	12
Discutindo a problema, com profissionais de diversas áreas (%)	11		15
Imparcial (%)	15	13	14
Total	100	100	100

Quadro 65 – Como a Imprensa aborda a questão da corrupção.

Fonte: Dados coletados (2004).

Para 61% dos leitores do DC, 75% do JSC e 59% do AN a Imprensa diária catarinense aborda a questão da corrupção no Estado catarinense de forma superficial, não retratando a realidade a cerca desta.

Segundo 13%, 12% e 12% dos leitores do DC, JSC e AN, respectivamente, a Imprensa diária aborda a questão da corrupção a nível estadual de forma aberta, mostrando a população à realidade a cerca da mesma.

Na visão de 11% dos leitores entrevistados do DC, e 15% do AN, a Imprensa aborda o tema, discutindo o problema, com profissionais de diversas áreas, para explicitar visões divergentes sobre o mesmo, levando o leitor a tirar suas próprias conclusões.

Destaca-se ainda que 15%, 13% e 14% dos leitores do DC, JSC e AN, respectivamente, acreditam que a questão da corrupção no Estado catarinense é abordada de forma imparcial pela Imprensa diária de SC.

Como relatou um dos entrevistados do DC, “é um tema muito polemico, faltam reportagens sobre o tema, mais reportagens jornalísticas, não artigos de opinião”.

Analisando-se os dados, pode-se inferir que a grande maioria dos leitores entrevistados acha que a questão da corrupção no Estado de Santa Catarina é abordada de forma muito superficial pela Imprensa escrita, merecendo um detalhamento maior, para melhor situar e, acima de tudo, informar o leitor, chamando sua atenção para tal problema.

O quadro 66 mostra atuação da Imprensa diária escrita de SC no que refere as ações governamentais e não governamentais a níveis nacionais e estaduais, voltadas ao combate à violência, droga e corrupção, na visão dos entrevistados.

A Imprensa diária escrita de SC evidencia as ações governamentais e não governamentais a níveis nacionais e estaduais, voltadas ao combate à violência, droga e corrupção?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	16	11	20
Às vezes (%)	62	77	50
Raramente (%)	22	12	30
Total	100	100	100

Quadro 66 - A Imprensa diária escrita de SC evidencia as ações voltadas ao combate à violência, droga e corrupção.

Fonte: Dados coletados (2004).

Segundo 62% dos leitores entrevistados do DC, às vezes a Imprensa diária escrita de SC evidencia as ações governamentais e não

governamentais a nível nacional e estadual, voltadas ao combate à violência, droga e corrupção. Na visão dos entrevistados, de acordo com 22% raramente isso acontece, 16% dos leitores entrevistados discordam, afirmando que sempre a Imprensa apresenta as abordagens sobre o assunto em foco.

Para 77% dos leitores entrevistados do JSC às vezes a Imprensa diária escrita de SC evidencia as ações voltadas ao combate à violência, droga e corrupção, 12% dizem que raramente isso acontece, e 11% afirmam que sempre a Imprensa preocupa-se com este problema.

De acordo com 50% dos entrevistados do AN a Imprensa de SC, às vezes evidencia as ações governamentais e não governamentais voltadas ao combate à violência, droga e corrupção, 30% dos leitores responderam que raramente as ações são evidenciadas. Contudo, 20% da amostra responderam que sempre a Imprensa evidencia ações voltadas ao combate à violência, droga e a corrupção.

Observa-se certa discrepância entre as respostas dos entrevistados do NA. Todavia, prevalece as respostas dos entrevistados no quesito que afirmam somente às vezes são evidenciadas ações voltadas ao combate à violência, droga e corrupção, na Imprensa diária de SC.

O quadro 67 apresenta o nível de satisfação dos leitores, em relação a abordagem relacionadas à drogas, violência e corrupção

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:	DC	JSC	NA
Altamente satisfeito (%)	22	20	12
Satisfeito (%)	66	65	67
Insatisfeito (%)	12	15	11
Total	100	100	100

Quadro 67 - Nível de satisfação que os aspectos deste item proporciona.

Fonte: Dados coletados (2004).

Com base na questão anterior os leitores foram questionados a indicar o nível de satisfação da abordagem da Imprensa diária de SC no que se refere às ações voltadas ao combate à violência, droga e a corrupção. Assim, é possível constatar que a grande maioria dos leitores entrevistados, 66%, 65% e 67% dos leitores do DC, JSC e AN, respectivamente, estão satisfeitos quanto a este enfoque, afirmando que a Imprensa escrita diária de SC aborda de forma satisfatória o tema questionado.

2.13 Diversos

O quadro 68 apresenta a atuação da Imprensa escrita de SC quanto a investigação aprofundada das regiões, cidades e bairros com renda per capita mais elevada, na visão dos leitores entrevistados.

A Imprensa diária catarinense apresenta investigação aprofundada das regiões, cidades e bairros com renda per capita mais elevada?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	13	4	14
Às vezes (%)	42	47	33
Raramente (%)	45	49	53
Total	100	100	100

Quadro 68 – Nível de aprofundamento da Imprensa diária catarinense quanto as cidades e bairros com renda per capita mais elevada.

Fonte: Dados coletados (2004).

Questionados sobre o nível de aprofundamento das investigações nas regiões, cidades e bairros com renda per capita mais elevada, os leitores entrevistados dos três jornais concordam que raramente a Imprensa catarinense diária, enfoca esta questão de forma aprofundada, como relataram, 45%, 49% e 53% dos leitores do DC, JSC e AN, respectivamente.

Para 42% dos leitores entrevistados do DC, 47%, do JSC e 33% do AN, a Imprensa diária de SC às vezes apresenta uma investigação mais profunda das cidades e bairros com renda mais elevada.

Destaca-se ainda que uma minoria, 13% do DC, 4% do JSC e 14% do AN, respectivamente, acreditam que a Imprensa diária catarinense sempre vai mais a fundo, nas investigações nas regiões e bairros com renda mais elevada.

O quadro 69 evidencia o nível de aprofundamento da Imprensa diária de Santa Catarina, quanto a fatos ocorridos em regiões e bairros com menor poder aquisitivo.

A Imprensa diária catarinense apresenta investigação aprofundada das regiões e bairros com menor poder aquisitivo?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	52	4	8
Às vezes (%)	40	52	29
Raramente (%)	8	44	63
Total	100	100	100

Quadro 69 – Nível de aprofundamento da Imprensa diária catarinense quanto a investigação nas regiões e bairros com menor poder aquisitivo.

Fonte: Dados coletados (2004).

Assim, constata-se certa discrepância entre os resultados dos três jornais, uma vez que, a maioria dos entrevistados do DC (52% ao todo), estão satisfeitos com o nível de aprofundamento da Imprensa diária de

Santa Catarina, pois acreditam que esta, sempre busca investigar as regiões e bairros com menor poder aquisitivo. Já, esta opinião é partilhada somente por 4% dos leitores entrevistados JSC e 8% do AN.

Destaca-se ainda, que 40%, 52% e 29% dos leitores entrevistados dos jornais DC, JSC e AN, respectivamente, acreditam que a Imprensa diária de Santa Catarina, apenas às vezes apresenta investigação aprofundada das regiões e bairros com menor poder aquisitivo.

Enquanto que 8%, 44% e 63% dos leitores entrevistados do DC, JSC e AN, respectivamente afirmam que isso raramente acontece.

O quadro 70 evidencia forma como a Imprensa diária de Santa Catarina retrata as desigualdades sociais.

A Imprensa diária catarinense retrata de forma realista as desigualdades sociais?	DC	JSC	NA
Sempre (%)	4	2	24
Às vezes (%)	47	48	36
Raramente (%)	37	50	40
Nunca (%)	12	-	
Total	100	100	100

Quadro 70 - Retrata de forma realista as desigualdades sociais.

Fonte: Dados coletados (2004).

Pode-se constatar, mediante análise do quadro 70, que 47% dos leitores entrevistados do DC acreditam que às vezes tal jornal retrata de forma realista as desigualdades sociais, enquanto que 37% acreditam que isso só ocorre raramente, 12% afirmam que isso nunca ocorre e, 4% acham que sempre ocorre.

Já os leitores do JSC, em sua maioria (50%), inferem que a Imprensa catarinense raramente retrata de forma realista as desigualdades

sociais, já 48% afirmaram que às vezes isso é feito, enquanto que 2% acreditam que sempre.

Destaca-se ainda, que 40% dos leitores entrevistados do AN, acreditam que raramente os jornais pesquisados apresentam de forma realista as desigualdades sociais, 36% às vezes e 24% sempre.

Assim, é possível constatar que a grande maioria dos entrevistados relatou que às vezes ou raramente a Imprensa diária catarinense, aprofunda as análises e retrata de forma realista as desigualdades sociais, sem maquiá-las. Com destaque para 24% dos leitores do AN, os quais afirmaram que a Imprensa catarinense sempre evidencia de forma real as desigualdades sociais, a níveis nacionais, estaduais e locais.

3. Características de uma Imprensa escrita diária com qualidade

É sabido que o papel principal da Imprensa diária escrita é informar. Informação “é todo o dado trabalhado, útil, tratado, com valor significativo atribuído ou agregado a ele e com um sentido natural e lógico para quem usa a informação¹⁹⁵”. Assim a informação é uma coletânea de dados com valor significativo.

Contudo, a informação precisa ter qualidade, especialmente a jornalística, que visa informar os leitores, sobre temas diversos. Informação de qualidade é aquela que poderá ser transformada em conhecimento, para

¹⁹⁵ REZENDE, D. A. e ABREU, A. F. **Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informações Empresariais**. 3 ed. Revisada e Ampliada. São Paulo: Atlas, 2003, p.60.

tanto, é necessário que ela seja relevante, possua conteúdo, esteja atualizada, seja de uma fonte confiável. A informação de qualidade apresenta consistência dos dados, objetividade, precisão, exatidão, é confiável, completa, fornecida em curto espaço de tempo, oportuna, econômica, flexível, acessível, simples, relevante e aplicável.

Com base nos achados das circunstâncias históricas passadas e presentes, nas teorias que fundamentam a tese e nas evidências empíricas, propõe-se, na figura 9, o design de um protótipo de excelência da Imprensa escrita diária, onde se explicita as características principais que uma Imprensa diária escrita com qualidade deva ter.



Figura 9 - Design de um protótipo de excelência da imprensa escrita diária.
Fonte Elaboração do pesquisador, 2004.

Cabe ressaltar, ainda que, na ótica dos leitores, a Imprensa diária escrita, deve, também, trazer cadernos especiais direcionados as crianças e jovens, para instigar o gosto pela leitura, destes futuros leitores.

CAPITULO VIII

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após estudar, com muito cuidado e rigor científico, o tema Imprensa a nível internacional, nacional e estadual, chegamos a conclusões que caracterizam o perfil da Imprensa brasileira e catarinense, de maneira a atingir os objetivos do presente estudo.

1. Conclusões

Os estudos na área da Comunicação Social ainda não produziram uma história do Jornalismo brasileiro. A bibliografia a respeito do tema, além de escassa é apenas pontual, no sentido de que se restringe a momentos da produção jornalística, quase sempre desconexos com o traçado de uma possível linha de coerência entre eles ou seus possíveis momentos de ruptura. Em paralelo, também não há a elaboração de uma história da Imprensa analisada do ponto de vista do desenvolvimento de sua inserção nas transformações sociais brasileiras.

Assim, o presente estudo visou minimizar esta lacuna, enfocando, detalhadamente, a Imprensa em um Estado brasileiro: Santa Catarina. Desta forma, constituiu-se objetivo central desta pesquisa levantar o grau de satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Estado de Santa

Catarina – SC quanto ao nível de aprofundamento das informações. Mais especificamente, evidenciou-se ao longo do estudo: um panorama histórico-evolutivo da Imprensa a nível mundial e nacional; resgatou-se na História a concepção de informação, comunicação e Imprensa; levantou-se aspectos sobre o Estado de Santa Catarina, sua gente, sua História; identificou-se assuntos que a Imprensa diária catarinense dá maior ênfase; levantou-se junto a uma amostra de leitores da Imprensa diária escrita de SC quais assuntos, esta, deveriam privilegiar.

1.1 Esfera nacional

Na análise da história da Imprensa brasileira constatou-se que há falta de profundidade das matérias e uma inserção da Imprensa como instituição cultural. Uma variedade abrangente de escritores que militaram na Imprensa brasileira entre 1900 e os anos 30, pela qualidade do material que produziram enquanto escritores marcados pela influência do realismo social deveriam ser arrolados como precursores da grande-reportagem, ou precursores dos elementos de um jornalismo novo, marcado pela hibridez entre a informação objetiva, convencional e a investigação. Todavia, não há uma linha de continuidade entre essa produção e a do pós-guerra porque o mesmo somente acontece, após a década de 40 quando surgem as condições para a consolidação do Jornalismo informativo-investigativo. É o momento em que a Imprensa passa por duas ordens de mudanças que tiveram sensíveis desdobramentos em seu comportamento.

A primeira delas é a nova organização empresarial que adquire, até como resultado do desenvolvimento sócio econômico da vida brasileira. A partir da II Guerra, as empresas se organizam de acordo com padrões de eficiência operacional, passando a adotar critérios de qualificação profissional para compor seus quadros. Essa transformação atende aos novos padrões de consumo dos centros urbanos em torno dos quais operam os meios de comunicação. A Imprensa, a partir daí, estará modernamente vinculada à dinâmica cultural. Não se trata mais de uma produção artesanal de material informativo, sua concepção já se aproxima daquilo que viria a ser a Indústria Cultural nos anos posteriores.

A segunda ordem de mudança é a que diz respeito à qualificação técnica e à formação universitária do profissional de Imprensa. Também nos anos 40, assiste-se no Brasil ao surgimento dos cursos superiores de Jornalismo e, apesar dos desvios apontados pelos estudiosos na organização curricular desses cursos (a polêmica entre formação filosófica e formação técnica), que ainda persiste, o fato é que o profissional de Imprensa saído desses cursos adquire embasamento acadêmico estruturado. O novo jornalista não era mais o profissional liberal autodidata com pendores literários que é também jornalista. Seu ofício agora era o de lidar com a informação de forma profissionalizada, ainda que sob uma concepção incipiente no período apontado.

A redação será então a forma orgânica que a empresa jornalística dá ao trabalho desses profissionais. Informar já não é uma operação isolada; sua concepção tem, a partir daí, um traço coletivo. A reportagem na Imprensa brasileira das décadas subsequentes é fruto desse processo. Ela

se destaca da produção literária ficcional porque é cotidiana e especializada; mas guarda dessa produção, os traços do criticismo que - reitera-se - estão na base da formação da intelectualidade brasileira.

O quadro político brasileiro no pós-guerra, só fez aprofundar os rumos dessa forma de Jornalismo: a exacerbação do fenômeno populista, as questões nacionalistas, as eleições, o crescimento da participação das massas urbanas na polarização que se intensificava, são elementos que deram aos órgãos de comunicação impressos papéis desatacados. E, nesse conjunto, a simples objetividade da informação se revelava carente de recursos para que a Imprensa pudesse acompanhar o ritmo da vida nacional. A prática do profissional de Imprensa dos anos 60 trará consigo essa perspectiva.

Assim, até os anos 60, um tortuoso caminho foi percorrido pela Imprensa brasileira, que passou por reformas gráficas e assistiu à implantação de normas de elaboração de textos que padronizavam seu produto final. Nenhuma dessas oscilações, no entanto, chegava a desestabilizar o grau de importância que as redações gradativamente adquiriam na medida em que a empresa de comunicação se profissionalizava.

Modernizando-se, paralelamente à complexidade gradativa que adquirem as relações sociais no Brasil por conta do processo de industrialização, nos anos 70 e 80, a Imprensa adotou padrões técnicos de tratamento do noticiário que eram internacionais. O jornal passa a trabalhar com códigos que liquidam o *beletrismo* e introduzem elementos de

objetividade ao qual o profissional terá de se submeter, sufocando parcialmente o exercício do aprofundamento investigativo.

Na década de 90, veio à tona a responsabilidade social da Imprensa. Assim, quem dirige o jornal tem compromissos com a opinião pública, razão pela qual o corpo de jornalistas profissionalizados passa a desempenhar função decisiva na concepção das matérias, em detrimento da vontade exclusiva e unipessoal do empresário. A Imprensa diária escrita tem a função de informar o leitor, sobre assuntos diversos, da economia e política a esportes e moda; uma vez que, o leitor vê o mundo pelos olhos da Imprensa, residindo aí, a necessidade de uma Imprensa escrita com liberdade, profundidade, e acima de tudo de qualidade.

Neste início de século XXI, a divulgação de informações através da Imprensa diária escrita tem sido reconhecida como fator importante, porque mantém os temas em pauta, atingindo um público potencial de milhares de pessoas. Neste contexto, é frequente que as matérias, quando bem aprofundadas, provoquem reações entusiasmadas de leitores que encontram, no texto genérico, respostas para seus problemas pessoais. Reações como essa, no entanto, só são possíveis quando a Imprensa desenvolve uma linguagem própria à divulgação do assunto, o que não acontece para a maior parte do noticiário.

1.2 Esfera estadual

Preocupado com o aprofundamento e qualidade das informações transmitidas pela Imprensa diária escrita de Santa Catarina, o pesquisador buscou desenvolver este estudo. Desta forma, a seguir apresenta-se as principais conclusões sobre a satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Estado de Santa Catarina – SC quanto ao nível de aprofundamento das informações. Destaca-se que os dados refletem a opinião de 300 leitores, dos principais jornais do Estado, entrevistados no período de 01 de maio a 30 de julho de 2004.

No que se refere ao perfil da amostra pesquisada, cabe salientar que há predominância do sexo feminino entre leitores da Imprensa escrita de Santa Catarina; sendo que, o nível de escolaridade entre a maioria dos leitores pesquisados é o 3º grau completo, e a grande maioria são profissionais liberais. Estes são relevantes à Imprensa catarinense, que pode valer-se destes para elaborar cadernos especiais, voltados, exclusivamente, a este perfil de leitor.

Os dados indicaram que na Imprensa diária escrita catarinense, de modo geral, as informações são apresentadas de forma clara e sintética, de fácil leitura, conduzindo os leitores as satisfações, quanto à forma de apresentação e linguagem adotadas pelos jornais pesquisados, fatores positivos que atingem todos os entrevistados. Outro ponto ressaltado como positivo pelo leitor da Imprensa escrita catarinense, é o fato do imediatismo, quanto a sua forma de veiculação.

Quanto à classificação da apresentação, distribuições de imagens e a linguagem empregada na Imprensa escrita catarinense, os dados demonstraram que mais da maioria dos entrevistados consideraram bom e satisfatório este quesito. Foi possível verificar através da pesquisa que os três jornais pesquisados já adotam cadernos especiais (economia, moda, esporte etc.), o que demonstram uma preocupação com leitores específicos, visando levar informação mais direta ao público.

A preocupação com a liberdade de expressão sempre foi uma constante na Imprensa escrita de Santa Catarina. Os números indicam que não há liberdade total no tratamento das informações segundo a grande maioria dos leitores pesquisados dos jornais DC, JSC e, no AN.

Quanto as principais características da cobertura da Imprensa escrita de SC, destacam-se: cobertura com angulação informativa, completa; informações precisas e bem articuladas; posição assumida pela Imprensa colabora para o estabelecimento da verdade do assunto em tela. Contudo, nesta perspectiva, destaca-se que os leitores pesquisados, também afirmaram que a Imprensa escrita catarinense não apresenta um Jornalismo imparcial e autônomo, na esfera pública, pois, indiretamente, sofre com subvenções do poder público.

De modo geral, a Imprensa catarinense distribui as informações dando relevância à política e economia do Estado para seus leitores e apresenta o setor turístico e de esporte como fatores de destaque para a população.

Segundo os leitores, o caderno esportivo é o que recebe maior ênfase; sendo apresentadas, nestes, matérias de bom conteúdo, tendo o

futebol como o esporte que ocupa maior espaço na coluna. Em suma, a coluna esportiva foi a que apresentou maior índice de satisfação dos leitores pesquisados, os quais consideraram-se altamente satisfeitos, com as publicações relacionadas ao esporte.

Os leitores também apontaram dados sobre a publicidade, assim foi possível verificar que os três jornais estudados destinam espaços superior a 5 páginas à publicidade, sendo apontado, pelos leitores pesquisados, como espaço exclusivamente de divulgação empresarial, com intuito de atingir a população catarinense e impulsioná-la às compras e ao consumo de bens e serviços. Todavia, o custo da publicidade foi considerado caro para um número significativo de leitores de cada jornal.

Constatou-se ainda, na pesquisa, que os jornais pesquisados deixam a desejar quando abordam as políticas internacionais, demonstrando assim oportunidades de melhoria neste enfoque, como a diversificação de opiniões sobre o tema, facilitando assim, a interpretação do leitor. Outro ponto a ser melhorado, diz respeito a cobertura das políticas públicas, que foi considerada insuficiente, pelos leitores.

A informação sobre a economia, segundo os leitores pesquisados foi considerada desatualizada, e a abordagem de temas como inflação, moeda e câmbio nem sempre fazem parte das publicações dos jornais pesquisados. O tema saúde, segundo os entrevistados, também não é focado com a ênfase que o tema merece, já que é um dos direitos fundamentais dos cidadãos.

Temas de interesses gerais da população, como leis educacionais, educação superior, municipalização do ensino, também não

recebem a devida atenção, segundo os leitores, justificando assim a necessidade dos jornais reverem, este aspecto, privilegiando, matérias sobre estes temas, já que, dizem respeito ao dia-a-dia do público leitor.

Drogas, violência e corrupção segundo os leitores pesquisados, são apresentadas de forma superficial deixando-os, insatisfeitos com esta abordagem.

Salienta-se que, estes fatores negativos são significativamente minimizados a partir do momento em que a Imprensa escrita de Santa Catarina passa a se envolver melhor com a “Filosofia de Qualidade” e, em decorrência, passam a desenvolver programas voltados para a busca da qualidade na produção de seus serviços.

Vale salientar, que as três organizações pesquisadas tem uma atuação mercadológica forte e a satisfação dos consumidores, o foco nos clientes, é prioridade no negócio delas.

Todavia, para obter sucesso em tais metas, as organizações pesquisadas devem estar cientes de que o novo ambiente empresarial traz importantes implicações, que precisam ser sanadas visando à satisfação do cliente.

Ante o exposto, é possível inferir que este estudo atingiu os objetivos delimitados no capítulo 1, uma vez que, foi possível avaliar o grau de satisfação dos leitores da Imprensa diária escrita do Estado de Santa Catarina quanto à forma de apresentação e o nível de aprofundamento das informações dos jornais pesquisados, contribuindo assim para maior qualidade das informações jornalísticas.

Assim, com base nos dados levantados na pesquisa prática, sugeriu-se um protótipo de excelência da Imprensa escrita diária, onde se explicita as características principais que uma Imprensa diária escrita com qualidade deva ter. Dentre estas, se sobressaem: apresentar uma diagramação moderna, com boa disposição dos assuntos, facilitando a visualização; cobertura em tempo real, trazendo as notícias no momento em que estão ocorrendo e, em “primeira mão”; apresentar cadernos específicos com temas variados, para facilitar a busca de matérias de interesse do leitor: matérias com linguagem simples de fácil entendimento e que acompanham o desfecho dos temas noticiados, situando o leitor, sobre a evolução dos mesmos.

QUESTIONÁRIO DE COLETA DE DADOS

CARACTERIZAÇÃO AMOSTRA

Gênero

- Masculino
 Feminino

Escolaridade

- 3º grau incompleto
 3º grau completo em que curso? _____
 Especialização Em que curso? _____
 Mestrado Em que curso? _____
 Doutorado Em que curso? _____

Profissão

SATISFAÇÃO DOS LEITORES

1. As informações da Imprensa diária escrita¹⁹⁶ de SC são apresentadas de forma sintetizada e didática, de modo a facilitar uma leitura rápida?

- Sim
 Não

Por que?

2. Na sua opinião de que forma é caracterizada a informação da Imprensa diária catarinense:

- Linguagem simples de fácil entendimento
 Linguagem complexa, dificultando o entendimento do leitor
 Pouco complexa
 Evita o emprego de gíria, vícios de linguagem, a repetição dos termos.
 Claras e concisas.

3. Como considera a Imprensa escrita de Santa Catarina?

- Analítica
 Ágil
 Imediata
 Curta

¹⁹⁶ A Imprensa diária catarinense e a Imprensa escrita de Santa Catarina a que se refere este estudo englobam os principais jornais do Estado, quais sejam: "Diário Catarinense". "A Notícia" e o "Estado de Santa Catarina".

- Concisa
- Séria
- Com credibilidade

4. Como você classifica a forma da apresentação, como imagens e a linguagem empregada pela Imprensa catarinense?

- Excelente
- Boa
- Satisfatória
- Insuficiente
- Péssima

5. A Imprensa de SC adota cadernos especiais como de negócios, colunismo social, "teen", classificados etc.?

- Sim
- Não

6. Na sua opinião, a Imprensa escrita catarinense desfruta de liberdade no tratamento das matérias?

- Sim
- Não

7. A cobertura da Imprensa diária de SC caracteriza-se por:

- ser improvisada, muito desarticulada, informações sem unidade, matérias cortadas e universo de informações incompleto;
- ter informações jogadas no jornal sem denotar organização de editoria, apelos lançados pelas fotos e não fechados pelos textos, matérias sem unidade e informações contraditórias;
- trazer informações soltas deslocadas, vagas e redundantes;
- tender para uma angulação interpretativa;
- ter angulação informativa, cobertura completa, informações precisas e bem articuladas;
- ter angulação informativa, com índice de matérias para o leitor, informações precisas e bem articuladas;

8. Na sua opinião a posição assumida pela Imprensa escrita catarinense colabora para o estabelecimento da verdade do assunto em tela?

- Sim
- Não

9. Na sua opinião a Imprensa escrita catarinense apresenta um Jornalismo imparcial e autônomo da esfera pública independente de subvenções do poder público?

- Sim

Não

10. Qual a categoria principal abordada na Imprensa escrita catarinense?

- Publicidade
- Política
- Economia
- Social
- Religião
- Saúde
- Tecnologia
- Moda
- Educação
- Turismo/Lazer
- Esporte
- Drogas
- Violência
- Corrupção

11. Como você avalia a performance da Imprensa escrita catarinense em relação aos princípios e valores fundamentais, como: diversidade de opiniões, interpretações, presença do contraditório.

- Excelente
- Boa
- Satisfatória
- Insuficiente
- Péssima

12. A Imprensa diária catarinense dá ênfase aos resultados obtidos com a publicação da reportagem, fazendo esforço para que o assunto tenha continuidade na pauta?

- Sim
- Não

13. Como você classifica o desempenho geral da Imprensa escrita de SC?

- Excelente
- Bom
- Satisfatório
- Insuficiente
- Péssimo

14. Como você classifica a visibilidade das informações?

- Excelente
- Boa
- Satisfatória
- Insuficiente
- Péssima

15. Como você classifica a padronização dos anúncios?

- Excelente
- Boa
- Satisfatória
- Insuficiente
- Péssima

Os temas a seguir (**A até L**) representam os principais assuntos que um periódico de respeito deverá considerar, sendo assim, por favor, informe seu nível de satisfação quanto a abordagem destes, pela Imprensa diária de Santa Catarina, sob seu ponto de vista como profissional e como leitor.

A Publicidade:

Quantas páginas a Imprensa diária catarinense dedica a publicidade?

- Até 2 páginas
- 3 páginas
- 4 páginas
- 5 página
- Mais de 5 páginas

E aos classificados?

- Até 2 páginas
- 3 páginas
- 4 páginas
- Mais de 4 páginas

Custo desta publicidade pode ser considerado?

- Caro
- Meio termo
- Barato

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

B Política:

A Imprensa diária catarinense analisa a política internacional, dando importância a estes aspectos?

- Sempre
- As vezes
- Raramente

) Nunca

A Imprensa diária catarinense analisa a política do Brasil e de SC, dando a devida importância a estes aspectos?

-) Sempre
-) As vezes
-) Raramente
-) Nunca

A Imprensa diária escrita de SC analisa os três poderes (Legislativo, Executivo, Judiciário) do Brasil e de SC, dando a devida importância a estes aspectos?

-) Sempre
-) As vezes
-) Raramente
-) Nunca

Na cobertura de políticas públicas a Imprensa diária de SC busca a diversidade de fontes e de opiniões?

-) Sempre
-) As vezes
-) Raramente
-) Nunca

Os artigos político partidários dirigem-se ao público específico envolvido em questões políticas ou estas informações são de interesse do leitor comum?

-) Sempre
-) As vezes
-) Raramente
-) Nunca

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

-) Bom
-) Regular
-) Ruim

C – Economia:

A Imprensa diária escrita de SC analisa e dá importância à situação econômica do País, e do Estado SC?

-) Sempre
-) As vezes
-) Raramente
-) Nunca

A Imprensa diária escrita de SC aborda com relevância os temas como;

a) câmbio de moedas e desvalorização?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

b) inflação?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

c) comportamento dos trabalhadores frente às crises econômicas?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

D - Social

A Imprensa diária escrita de SC apresenta caderno especial voltado a colunas sociais (com comentarista social)?

- Sim
- Não

A que tipo de público a Imprensa diária escrita de SC se destina?

Existe algum tipo de tendência?

- Sim
- Não

Qual?

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

E – Religião:

A Imprensa diária escrita de SC aborda com relevância temas como tipo de religião existente, religião predominante e tipo de crenças existentes no Estado?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Que tipo de relação à Imprensa diária escrita de SC tem com a Igreja Católica?

- Boa
- Ruim
- Liberdade
- Subordinação
- Ajuda comunitária

E com as outras religiões?

- Boa
- Ruim
- Liberdade
- Subordinação
- Ação comunitária

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

F – Saúde

A Imprensa diária catarinense apresenta aspectos relacionados à saúde pública, dados como descobrimento da cura de novas doenças, número de hospitais, quais os planos de saúde e que faixa social contemplam, medicamentos gratuitos?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

A Imprensa diária catarinense analisa as deficiências das políticas de saúde do Estado?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

G – Tecnologia:

A Imprensa diária catarinense enfoca as novas tecnologias da informação e comunicação de forma informativa?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Ao tratar das modernas perspectivas de desenvolvimento tecnológico, a Imprensa diária catarinense compreende que o ambiente não está distante do ser humano?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

H – Moda

A Imprensa diária catarinense apresenta as tendências da moda com os grandes nomes nacionais e internacionais?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Mostra as tendências em SC?

- Sempre
- As vezes

- Raramente
- Nunca

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

I – Educação:

A Imprensa diária catarinense aborda temas como:

a) Edição de leis voltadas à educação?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

b) Educação superior pública e privada?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

c) Municipalização do ensino?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

d) Qualificação e salário dos professores?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

e) Qualidade do ensino (ranking nacional/estadual)

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular

- Ruim
- nunca

J – Turismo/Lazer

a) A Imprensa diária catarinense apresenta os principais pontos turísticos e perspectivas do turismo a nível nacional e estadual?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

b) A Imprensa diária catarinense mostra as principais opções de lazer disponíveis para a população no estado de SC?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

3. Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim
- Nunca

K – Esporte:

A Imprensa diária catarinense dá atenção especial aos esportes, fazendo cobertura de todos os eventos importantes a nível nacional e internacional?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

Qual o esporte que ocupa maior destaque na Imprensa diária catarinense?

- Futebol
- Voleibol
- Tênis
- Outro Qual? _____

3. Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

- Bom
- Regular
- Ruim

L – Drogas, Violência e Corrupção:

Como a Imprensa diária catarinense aborda:

a) a questão das drogas?

De forma superficial

Evidenciando cuidados que os pais devem ter com seus filhos

Abordando o problema de forma aberta, discutindo as consequências do uso destas, com profissionais de diversas áreas

Direcionando reportagens aos usuários de drogas, visando resgatar sua dignidade e cidadania

Outra.

Qual? _____

b) a questão da violência urbana no Estado de SC?

De forma superficial

Imparcial

Evidenciando cuidados que a população deve ter

Abordando o problema de forma aberta, discutindo o assunto com profissionais de diversas áreas afins

Outra.

Qual? _____

c) a questão da corrupção no Estado de SC?

De forma superficial

De forma imparcial

De forma aberta, denunciando a corrupção a população

Abordando o problema de forma aberta, discutindo o assunto com profissionais de diversas áreas, contudo permitindo o direito de defesa aos acusados

Outra

Qual? _____

A Imprensa diária escrita de SC evidencia as ações governamentais e não governamentais a níveis nacionais e estaduais, voltadas ao combate à violência, droga e corrupção?

Sempre

As vezes

Raramente

Nunca

Indique o nível de satisfação que os aspectos deste item lhe proporciona:

Bom

Regular

Ruim

M – DIVERSOS

a) A Imprensa diária catarinense apresenta investigação aprofundada das regiões, cidades e bairros com renda per capita mais elevada?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

b) E nas regiões com menor poder aquisitivo?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

c) Retrata de forma realista as desigualdades sociais?

- Sempre
- As vezes
- Raramente
- Nunca

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Cláudio. **A regra do Jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- ACOSTA, Danilo. **Democratização das Comunicações**. Disponível, in http://www.dhnet.org.br/fsmrn/FSM2002/osvaldo1_midia.html. Acesso em: 04 de abril de 2004.
- ALSINA, Miquel R. **Lá Construcion de la noticia**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1989.
- AMARAL, Luiz. **Técnica de Jornal Periódico**. 4 ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.
- AMARAL, Luiz. **Jornalismo – Matéria de primeira página**. 5 ed. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1997.
- AMBIENTE BRASIL. **Aspectos históricos de Santa Catarina**. Disponível em <http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=./estadual/index.html&conteudo=./estadual/sc.html>. Acesso em: 10 de agosto de 2004.
- ARAÚJO, Wilson. **200 anos da Imprensa no Brasil, 50 anos do Jornal Pequeno**. Disponível em <http://www.jornalismo.ufsc.br/>, Acesso em: 20 de dezembro de 2001.
- A'AZEVEDO, Martha Alves. **O JN como Formador de Opinião Pública**. Ed. Universidade, UFRGS, 1983.
- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. SP: Ed. Moderna, 1995.
- BARBEIRO Martín, Jesús. **De los médios a lãs mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.
- BARBEIRO, Heródoto **Jornalismo, globalismo e a nova estrutura de poder**. Disponível em: <http://www.paremasmaquinas.com.br/art79.htm>, Acesso em: 20 de fevereiro de 2003.
- BARBOSA, Rui. **A Imprensa e o Dever da Verdade**. São Salvador: 1929.
- BOAS, Vilas S. **O Estilo Magazine**. O Texto em Revista. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

CARTA, Mino. **A Imprensa Brasileira é a pior do mundo**. Muito +, ano VI, março/1999.

CARVALHO, Kátia de. **Imprensa e informação no Brasil**, século XIX. Revista Ciência da Informação - Vol 25, número 3, 1996 - Artigos

BENEYTO, Juan. **Informação e Sociedade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1972.

CHAPARRO, Carlos **O quarto poder não existe** Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/atualiza/aspas/ent111020001.htm>, 5/10/00. Acesso em: 04 de abril de 2004.

COIMBRA, Oswaldo. **O Texto da Reportagem Impressa**. RJ: Ática, 1993.

CRICHTON, Michael. **O Parque do Mediassauros**. Folha de São Paulo: São Paulo, 22 de janeiro 1995.

DAFT, Richard L. **Administração**. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

DANTAS, Marcos – **Lógica do capital-informação**: a fragmentação dos monopólios e a monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações globais. Rio de Janeiro, Contraponto, 1996.

DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo Edgar; Silva Hélio. **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROKRACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed. 1993.

DEMO, P. **Pesquisa: Princípio Científico e Educativo**. 3. ed. São Paulo: Cortez Autores associados, 1992.]

DIÁRIO CATARINENSE. Aspectos históricos. Disponível; in <http://www.clicrbs.com.br/assinaturas/dc/index.htm>. Acesso em: 01 de setembro de 2004.

DINES, Alberto; VOGT, Carlos; MELO, José Marques. **A Imprensa em Questão**. Campinas, SP: Ed. UNICAMP, 1997.

DIZARD JUNIOR, W. P. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

EMBAIXADA JAPONESA. Comunicação Japonesa. Disponível. <http://www.br.emb-japan.go.jp/portugues/cultura/comunicacao.htm>. Acesso em: 15/07/2004.

ENTEL, Alicia. **Cuadros de Epoca y Passiones de Sujetos**. Buenos Aires, 1987.

FERNANDES, Mario Luiz. **Perfil da Pequena Imprensa de Santa Catarina**. (Síntese Dissertação de Mestrado) Disponível em

<http://www.cehcom.univali.br/monitordemidia/paginas/artigos/Fernandes.pdf>. Acesso em: 25 de agosto de 2004.

FIDALGO, Antônio. **Introdução à edição do texto da Última Lição do Prof. Manuel Lopes da Silva Universidade da Beira Interior**. Disponível em <http://ubista.ubi.pt/~comum/fidalgo-meios-fins-comunicacao.html>, 2004

FLEISCHER, David. **As Trapalhadas de Sarney**. Revista Isto é. São Paulo. Novembro de 1989.

FRANSCISCATO, Carlos Eduardo. **A Atualidade do Jornalismo**. GT de Jornalismo da 9ª Reunião Anual de Campos, Porto Alegre, PUCRS, maio/junho 2000.

GARSCHAGEN, Donaldson. Nova Enciclopédia Barsa. São Paulo: Encyclopédia Britannica do Brasil Publicações. 2000.

GIDEENS, Anthony. **As consequências da Modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Técnicas de Pesquisa em Economia**. São Paulo: Atlas, 2000.

GONÇALVES, L. **História geral da imprensa**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

GROTH Otto. **La Ciencia Periodística**. Eunsa: Pamplona, 1966.

GRUPPI, Luciano. **Tudo começou com Maquiavel**. Porto Alegre, L&PM Editores, 1984.

GUARESCHI, Pedrinho A. (org.). **Comunicação e Controle Social**. Petrópolis, Editora Vozes, 1991.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1984.

HABERMAS, Jurgen. **História y crítica de la Opinión Pública**. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

JORNAL A NOTICIA. **Aspectos históricos**. Disponível em: <http://an.uol.com.br/>. Acesso em: 01 de setembro 2004.

JORNAL CORREIO DO POVO. **História**. Disponível em <http://www.correiodopovo.com.br/>. Acesso em: 01/07/2004

JORNAL DIÁRIO DE PERNANBUCO. **História**. Disponível em <http://www.pernambuco.com/diario/historia.html>, Acesso em: 01/07/2004.

JORNAL FOLHA. **História.** Disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/cronologia.shtml>. Acessado
01/07/2004.

JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO. **História.** Disponível em
<http://jpdf.estado.com.br/>. Acesso em 01/07/2004

JORNAL DE SANTA CATARINA. **Aspectos históricos.** Disponível em:
Fonte:
<http://www.clicrbs.com.br/jornais/jsc/jsp/default.jsp?uf=2&local=18§ion=Home#>. Acesso em: 02 de setembro de 2004

HACKETT, Robert. **Declínio de um Paradigma? A Parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos.** In Traquina, Nelson (org). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.

KAISER, Jacques. **Caracterização da Personalidade dos Jornais.** São Paulo, ECA/USP, 1970.

KOOGAN, Abrahão. **Enciclopédia e dicionário ilustrado.** 4 ed. Rio de Janeiro: Seifer, 2000.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul.** São Paulo: Edusp, 1997.

KUCINSKI, Bernardo. **A Síndrome da antena parabólica – ética no jornalismo brasileiro.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da Notícia.** Petrópolis, Vozes, 1979.

LAKATOS, E. M.; MARCONI M. A. **Fundamentos de Metodologia científica.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LAMIZET, Bernard - **Histoire des médias audiovisuels.** Paris: Ellipses, 1999.

LIMA Sobrinho Barbosa. **O Problema da Imprensa.** São Paulo: Edusp, 1977.

MALHOTRA, N. K. **Marketing Research: an applied orientation.** New Jersey: Prentice-Hall, 1993.

MARRACH, Sônia Alem. **Mídias e História: a explosão do presente e a mudança da perspectiva histórica.** In: *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000.

MARCONDES, Adalberto. **Imprensa, um poder decadente.** Disponível em:
<http://www.ipsnews.net/fsm2003/28.01.2003/nota21.shtml>. Acesso em: 04 de abril de 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia – Jornalismo como produção social da segunda natureza.** São Paulo: Ática, 1986.

MARQUES DE MELO José. **Sociologia da Imprensa Brasileira** – Vozes, Petrópolis, 1973.

MARQUES DE MELO, José. **Para uma Leitura Crítica da Comunicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 1985.

_____. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MARTINO, Luiz C; HOHFELDT, Antônio; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MEDINA, Cremilda. **Notícia – um produto a venda**. São Paulo: Alfa Omega, 1978.

MEDINA, José Toribio. **História de la Imprensa em Los Antiguos domínios españoles de América y Oceania**. Fondo Histórico y Bibliográfico José Totibio, Santiago – 1958.

MORETZSOHN, SYLVIA. **Jornalismo em Tempo Real**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MIGUEL, Luis Felipe. **O Jornalismo como Sistema Perito**. In: Tempo Social: revista de sociologia da USP. São Paulo: v. 11, maio de 1999.

MOTTA, Luiz Gonzaga. (org.). **Imprensa e Poder**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

MUNIZ, Sandra M. R. **O Jornal Gazeta: as queixas da sociedade capixaba (1969/1970)**. Vitória : monografia de pós-graduação em teoria da história, na Universidade Federal do Espírito Santo, 1997.

NASSAR, Paulo. **Comunicação Analfabeta**. Revista Brasileira de Comunicação Empresarial. Ano VII. nº 29. 4º trimestre de 1998.

NOBLAT, Ricardo. **A Arte de fazer um Jornal Diário**. São Paulo: Contexto, 2002.

OLIVEIRA, Fabíola. O jornalismo como Instrumento para Formação de uma Cultura Científica no País. In **Desafios da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

OTERO, Gustavo A. **La Cultura y periodismo em América**. Ed. Liebmann, Quito, 1953.

PEREIRA, Moacir. **Comunicação e Liberdade** Florianópolis: Lunardelli, 1979.

PAVELOSK, Alessandro. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação Digital**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/paveloski-alessandro-teoria-comunicacao-digital.pdf>. Acesso em: 05 de março de 2004.

PEREIRA, Moacir. *Imprensa e Poder: A comunicação em Santa Catarina / Moacir Pereira*. – Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, c1992. 176p.:Il.

PIERCE, C.S. **Semiótica** – São Paulo: Perspectiva. 1977.

PINTO, Américo Cortez. **Da Famosa Arte da Imprimissão**. Ulisseia, Lisboa, 1948.

PROST, A. & VINCENT, G. (orgs.). **História da vida privada: da primeira guerra a nossos dias**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. 5 vol. P. 15-153.

RABELO Genival. **O Capital Estrangeiro na Imprensa Brasileira**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

REZENDE, D. A. e ABREU, A. F. **Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informações Empresariais**. 3 ed. Revisada e Ampliada. São Paulo: Atlas, 2003, p.60.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo; Atlas, 1999.

ROBBINS, Stephen P. **Administração: Mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura – A experiência cultural na era da informação**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

ROSTOLDO, Jadir Peçanha. **Vida Capichaba: o retrato de uma sociedade 1930**. Disponível em: <http://www.anpuhes.hpg.ig.com.br/ensaio>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2004.

SOIBELMAN, Leib. **Enciclopédia do Advogado**. 5 ed. Rio de Janeiro: Thex: 1994.

RUDIO, F.V. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis: Vozes, 1986.

SANTOS, José Milton. **A democratização da comunicação nos discursos da sociedade civil brasileira – 1974/1994**. Minas Gerais: PUC-MG, 2003.

SC. Santa Catarina. **Dados históricos**. Disponível em <http://www.sc.gov.br/>. Acesso em: 10 de agosto, 2004.

SELIGMAN Milton. **O papel da Imprensa**. Disponível em: <http://www.paremasmaquinas.com.br/art051.htm>. Acesso em: 18 de fevereiro de 2004.

SERRA, Antônio A. **O Desvio Nosso de Cada Dia**: a representação do cotidiano num jornal popular. Rio de Janeiro: Achiamé, 1980.

SERVA, Leão. **Jornalismo e Desinformação**. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Sociedade da Informação ou da Comunicação?** São Paulo: Cidade Nova, 1996.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

STONER, James A. F. & FREEMAN, R. E. **Administração**. São Paulo: PHB, 1999.

TOFLER, Alvin. Informação e Poder. **Folha de São Paulo**: São Paulo, 15 de outubro de 1991.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo, no Século XX**. Ed. Unisinos. São Leopoldo-RS, 2001.

TUCHMAN, Gaye. **A Objetividade como ritual estratégico**: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.

TURBAN, Efrain; Mclean Ephraim e Wetherbe James. **Information Technology for Management**: improving quality e productivity. New York: John Wiley & Sons, 2003.

WALTON, Dominique. **Sobre la Comunicación**. Madrid, Acento, 1999.

WHITE, Aidan (org). **Convergência – Um Manual para Periodistas y sus Sindicatos**, FIJ, Bruxelas, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 3 ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

WRIGHT, Charles R. **Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Bloch, 1973.

APÊNDICE

CARTA APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

Eu Marcelo José Cavalcanti doutorando da **Universidade de Léon** estou desenvolvendo um projeto de pesquisa sobre a satisfação dos leitores da Imprensa diária catarinense, quanto ao nível de aprofundamento das informações abordadas pelos periódicos.

Para este estudo ser desenvolvido, será necessária uma amostra de 100 (cem) profissionais de diversas áreas e 50 (cinquenta) estudantes do curso de Jornalismo da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL e, você está sendo convidado a fazer parte deste grupo. Eu gostaria de contar com sua colaboração.

Vale ressaltar, que a participação no estudo é totalmente voluntária. Sua participação será através de um questionário. O questionário em anexo leva aproximadamente 20 minutos e, inclui questões relacionadas à Imprensa catarinense.

Torna-se relevante destacar, que todas as informações fornecidas são confidenciais e serão usadas apenas para análises estatísticas; nem você ou sua família será identificada em nenhum resultado do estudo.

Caso você queira maiores informações sobre o projeto de pesquisa, por favor, entre contato com Marcelo José Cavalcanti pelo fone 48-9962-7362.

Antecipo meus agradecimentos com a certeza da compreensão dos motivos que me levaram a convidá-lo (a) para partilhar desta missão.

Marcelo José Cavalcanti

ANEXO

CRONOLOGIA GERAL DA IMPRENSA

1397/1400 - Período provável do nascimento de Johannes Genfleisch Gutenberg em Mainz.

1454 - Gutenberg e Fust publicam as Cartas de Indulgências de Nicolas V - edição a 30 linhas; e Gutenberg com Peter Schöffer publicam as mesmas cartas em edição a 31 linhas.

1455 (6 Nov.)- Gutenberg termina a impressão da Bíblia de 42 linhas, obra atribuída principalmente a Gutenberg, primeiro livro impresso tipograficamente.

- Gutenberg perde o processo que o opunha a Fust, tendo-lhe sido retirado todo o material de tipografia e impressão que possuía.

1457 (14 Agosto)- Fust e Schöffer imprimem o "Psautier de Mainz", sendo esta a primeira obra tipográfica com o lugar, a data e a assinatura dos impressores que a fizeram.

1457/60 - Impressão da Bíblia de 36 linhas atribuída a Gutenberg.

1457/58 - Impressão do Missal de Constance no missal especial atribuído a Gutenberg.

1460 - Impressão, em Mainz, do "Catholicam de Balbi" atribuída a Gutenberg, embora não contenha o nome do impressor.

Trata-se de uma enciclopédia célebre na Idade Média.

1461 - Albert Pfister e Edelstein de Ulrich Boner, imprimem a primeira obra alemã ilustrada com gravuras em madeira.

1462 - Fust e Schöffer imprimem a Bíblia Sacra-Latina com colofon e marca tipográfica

1464 - É instalado próximo de Roma, no Convento de Subiaco, o primeiro centro Italiano de tipografia e impressão.

1467 - John Fell cria em Oxford a primeira fundição tipográfica de Inglaterra.

1468 (3 Fev.)- Gutenberg morre em Mainz.

1468/69 - Nicolas Jenson instala uma Imprensa em Veneza.

- São impressos em Veneza os "Sonetos de Petrarca", numa tipografia montada pelo alemão Jean de Spire e que foi uma das mais reputadas no Séc. XV.

1470 - É instalado em Paris, na zona da Sorbonne, a primeira tipografia francesa.

1473 - A Imprensa é introduzida na Hungria .

- A tipografia é introduzida em Lyon por Guillaume Le Roy que imprime um "Compendium Breve" do cardeal Lothaire.

1474 - É introduzida em Cracóvia, Polónia, a tipografia.

1475 - William Caxton imprime em Bruges a primeira obra que foi impressa em Inglês: "The recuyell of the Historyes of Troye".

1476 - William Caxton instala em Westminster a primeira Imprensa da Inglaterra.

- Em Toulouse é introduzida a Imprensa.

1477 - Publica -se em Florença o primeiro livro italiano ilustrado em "taille douce".

- Em Veneza é publicado o primeiro dicionário bilingue.

1478/80 - Introdução da Imprensa em Génève.

- Introdução da imprensa em Poitiers.

1479 - O Papa Sixte IV dá ordem à universidade de Colónia para censurar para livros heréticos.

1480 - Introdução da imprensa em Anvers.

1481 - William Caxton imprime em Londres o primeiro livro ilustrado: Mirror of the World.

1485 - Introdução da Imprensa em Ruveu por Guillaume le Talleur.

- Publicação de "Danse Macabre", em Paris, por Guyot Marchant.

1486 - Surge em França o primeiro almanaque.

1487 - É publicado em Faro o primeiro livro impresso em Portugal: o Pentateuco em hebraico, do Judeu Samuel Gacon.

1497 - A 4 de Janeiro é publicado, no Porto, o primeiro livro totalmente português. Trata-se das "Constituições que fez o Senhor Dom Diogo de Sousa, Bispo do Porto", livro produzido pelo primeiro impressor português: Rodrigo Álvares.

1507 - Gilles Gourmont imprime em Paris, textos gregos e hebraicos.

1521- O rei francês Francisco I ordena ao Parlamento o controle da venda de livros relativos à fé Cristã e à Santa Escritura.

1522 - Surge em Wittenberg, Alemanha, a primeira edição da tradução do Novo Testamento, de Lutero.

1529 - Surge em França a primeira folha volante com relatos de coisas extraordinárias.

1535 (13 Jan.)- Francisco I interdita, através de cartas patentes, o exercício da tipografia.

1537 - Francisco I instaura o "depósito legal".

1539 - A Imprensa chega à América, México.

1539/40 - Pela primeira vez no Ocidente são fundidos, em Lisboa, caracteres exóticos. Acontece na obra de João de Barros " A Cartinha", com preceitos e mandamentos da Santa Madre Igreja, impressa por Luís Rodrigues, em Lisboa.

1553 - Um regulamento francês constringe os livreiros a não comercializar senão os livros aprovados pela Igreja.

1556 - Introdução da Imprensa em Goa, cidade da Costa Ocidental da Índia, pelos portugueses.

1561 - Pio V cria a Imprensa do povo romano destinada às edições oficiais da Bíblia.

- A futura imprensa do Vaticano foi confiada a Paul Manuce.

1563 - Introdução da imprensa em Moscovo.

1564 (Março)- É impresso o primeiro livro russo datado. Trata-se de "Apostol", de Ivan Fedorov e Piot Mstislavets, impresso em caracteres círiacos e com várias gravuras de madeira.

1569/73 - Christophe Plantin imprime a Bíblia Poliglota feita em oito volumes e cinco línguas.

1571 - Pio V cria a congregação do Index que se manteve até ao fim do séc. XIX.

1590 - A Imprensa é introduzida pelos portugueses em Nagasaki (Japão).

1594 - Publica-se em Leipzig o primeiro catálogo de livros.

1597 - Em Rorschach, Suíça, é editada a primeira publicação mensal.

1605 - Abraham Veihoeven publica em Anvers, o "Nieuwe Tijdinge", apontado como o primeiro jornal da Europa.

1609 - Aparecem em Strasbourg e Augsburg as primeiras publicações hebdomadárias.

1631 (30 Maio)- Surge "La Gazette de France" de Théophraste Renaudot. Será o órgão oficial do Governo.

1638 - Stephen Day cria em Cambridge, Massachusetts, a primeira oficina da Imprensa americana.

1640 - Richelieu cria, no Louvre, a Imprensa Real.

1665 (Jan.) Surge o primeiro número do Journal des Sçavans, publicado por Denis de Sallo, conselheiro do parlamento de Paris, com o patrocínio de Colbert. Trata-se do mais antigo jornal literário.

1672 - Surge o Mercure Galant, hebdomadário francês fundado por Donneau de Visé.

1688 - Cornelins Bingham publica Incunabula Typographie, considerado o primeiro catálogo de incunabulos.

1690 - Benjamim Harris publica em Boston o primeiro jornal americano: The Public Occurrences.

1695 - É abolido, na Grã-Bretanha, o "Licensing Act", deixando de ser necessária a autorização prévia para imprimir.

1702 (11 Março)- Surge em Londres o primeiro Diário: Daily Courant. O seu editor, Daniel Defoe, é considerado o pai do jornalismo inglês.

1704 - Jonh Campbell lança o "Boston News - Letter" considerado o primeiro jornal americano, ainda que em 1690 (25 de fev.) Benjamin Harris tenha editado "Publick Occurrences, Both Foreign and Domestick" do qual só saiu um número, por ter sido impedida a sua continuação, pelo governador de Boston.

1710 - O Copyright é instituído na Inglaterra .

1714 - Daniel Defolle, pioneiro do jornalismo inglês, publica no "Daily Courant" o primeiro folhetim do mundo: "Robinson Crusoe".

1723 - Martin - Dominique Fertel publica "La science pratique de l'imprimerie". Jacques Christophe Le Blom, publica Il coloritto or the Harmony of Colouring, obra que marca o nascimento da quadricromia.

1727 - William Ged inventa um processo de estereotipia.

1734 - A liberdade de Imprensa é implantada nos Estados Unidos na seqüência do julgamento de um conflito que opôs "The New York Weekly Journal" e o "New York Weeckly Gazette", controlado pelo governador do Estado de Nova Iorque, William Cosby. O processo judicial foi ganho pelo editor do "New Yorque Weekly Journal", John Peter Zenger.

1737 - Fournier inventa o "prototipo", instrumento que visa a normalização das medidas tipográficas. Institui-se o "ponto fournier".

1739 - Surge o primeiro livro impresso em estereotipia por W. Ged.

1744 - Sangrin publica, em Paris, o "Code de la Librairie et de L'imprimerie de Paris", relativo à impressão e comércio de livros.

1748 - Com a publicação des "Affiches de Lyon" inicia-se a Imprensa regional da França.

1750/51 - John Baskerville inventa o processo de fabrico de papel veludo.

1751 - Surge em Bruxelas o primeiro jornal: "La Gazette de Bruxelles".

1764/66 - Pierre -Simon Fournier publica o "Manuel Typographique", em dois volumes.

1777 - Aparecimento de "Le Journal de Paris", primeiro jornal diário francês.

1780 - Francois Ambroise Didot inventa uma "presse à un coup", invenção também reivindicada por Laurent Anisson.

1783 - Francois Ambroise Didot cria o "ponto tipográfico", ou "ponto Didot", baseado nas medidas legais da época.

1784 - Francois Valentin Haüy inventa os caracteres em relevo o que permitirá a leitura aos cegos.

1786 - Valentin Haüy imprime em relevo, "L'Essai sur L'éducation des aveungles.

1788 (1 Jan.) Nascimento do jornal "Times", Londres, fundado por John Walter, em 1785, com o nome de Daily Universal Register.

1795 - Lord Stanhope inventa um prelo de ferro que terá longa duração.

Foi construído na fundição de Wilhelm Haas.

- Firmin Didot inventa o processo da estereotipia.

1796/99 - Aloys Senefelder inventa, em Munique, a litografia.

1800 - Louis - Etienne Herhan inventa um processo de composição de páginas de "matrizes - tipo".

1808 - A primeira litografia a cores é impressa em Munique.

1810 - Friedrich Koenig e Andreas Bouer constroem uma impressora com cilindro e forma plana.

1814 (29 Nov.) - Começa a funcionar no "Times" a primeira rotativa movida a vapor, máquina que permite a impressão de 1.100 exemplares /hora.

Foi construída por Koenig e Bauer.

- Nicephore Niepce descobre princípio da fotografia.

1821 - Introdução da Imprensa na Grécia por Francois Ambroise Didot.

1833 - Nos Estados Unidos surge o primeiro jornal popular (penny press), o "New York Sun", fundado por Benjamim H. Day.

1835 - James Gordon Bennett lança o New York Herald.

- Nascimento da Agência Havas, em Paris. Desde 1832 funcionava sob o nome de Bureau Havas.

1836 (1 Julho) - Èmile de Girardin, lança em Paris o jornal "La presse", de baixo preço, graças à publicidade.

1837 - É descoberta a galvanoplastia.

1840 - Delcambre, francês, e Young, inglês, inventam uma máquina de composição denominada "Pianotype".

1841 - Niépce descobre a sensibilidade do betume da Judeia à luz, processo que está na origem da fotogravura.

1842 - Surge, em Londres, a revista semanal "Illustrated London News".

1843 - Nasce, em Paris, a revista "Illustration".

1850 - Em Nova York é, pela primeira vez utilizada a rotativa para a impressão de jornais.

1851 - O jornal New York Times é lançado por Henry J. Raymond, Edward B. Wesley e George Jones.

- Jules Reuter funda, em Londres, a Agência Reuter.

1858 - Théophile Beaudoire, fundidor francês, cria o elzévir.

1861 - Auguste Nefftzer funda o vespertino "Le Temps".

1863 (1 Fev.) - Polydore Millard lança o "Petit Journal", de 5 cêntimos. Foi o reforço da chamada imprensa popular.

1865 - William Bullock inventa, em Filadélfia, a primeira máquina rotativa de jornais que imprime dos dois lados simultaneamente.

1866 - Hippolyte Marinoni inventa a rotativa, máquina que vai revolucionar o processo de impressão, ao imprimir 10.000 exemplares/hora e necessitando apenas de três operários.

Uma das primeiras rotativas de Marinoni foi instalada em 1866 no jornal "Libertè", dirigido por Emile de Girardin. No mesmo ano, "Le petit journal" começa a ser impresso também numa Marinoni.

(14/Julho) - É publicada em França uma lei sobre a propriedade literária que determina que os direitos sobre uma obra pertence aos herdeiros do autor até 50 anos após a morte deste.

1868 (31/Maio) - Henri Rochefort lança "La Lanterne", jornal de grande sucesso de cujo segundo número foi feita uma tiragem de 150.000 exemplares.

1869 - Ducos du Hauron descobre o princípio da reprodução das gravuras a cores pela tricromia.

1876 - Edouard Moretus vende à cidade de Anvers todo o património tipográfico que herdara de Plantin. A oficina e as coleções integram o famoso Museu Plantin Moretus, de Antuérpia, aberto ao público em 1877.

- Loris Andrieux funda o "Petit Parisien".

1878 (Fev.) - Karl Kietsch inventa o processo da heliogravura tramada com grão de resina.

1884 - Ottmar Mergenthaler, alemão, inventa nos E.U.A. a linotype, máquina de compor, que irá funcionar pela primeira vez no "New York Tribunal" de Baltimore.

1886 - A American Point System (APS) fixa o "ponto pica" em 1/72, ou seja, 0,3527mm.

1887 - Robert Miehle inventa, nos Estados Unidos, a primeira máquina de imprimir com duas voltas.

1887 - O advogado Tolbert Lanston apresenta nos Estados Unidos, a máquina de composição monotype composta por dois corpos: fundidora e teclado.

1890 - Méray e Rozar, húngaros, inventam a máquina de compôr Electrotypograph.

Esta máquina continha perfurações idênticas às do sistema telefónico Bandot.

Funcionou no jornal Temps no início de séc.XX, mas deixou de ser falada depois da exposição de artes gráficas de Viena, em 1908.

- Surge nos E.U.A. a revista "Illustrated American", considerada a primeira publicação baseada fundamentalmente na fotografia.

1895 - Kliesch e Fawcett lança na Inglaterra a primeira rotativa helio.

1905 - O gravador francês Thibaudeau organiza os caracteres tipográficos em cinco e famílias: antigos, egípcios, elzevires, didots e fantasias.

1906 - Caspar Hermann constrói, na Alemanha, a primeira máquina offset com três cilindros de diâmetro idêntico.

1911 - Entra em vigor, nos Estados Unidos, a Copyright Act.

1914 (13 Maio) - Primeira transmissão do belinógrafo para o "Journal". Tratou-se da ilustração da inauguração da Feira de Lyon.

1921 - Robert Miehle fabrica, em Chicago, a famosa máquina de imprimir "Miehle Vertical", totalmente automatizada.

1928 - Em Rochester, Estados Unidos, é feita a primeira demonstração da "Teletypesetter" de Walter Morey.

- Surgem os primeiros clubes do livro na Alemanha e Suíça .

- Lihier cria a primeira máquina de fotocomposição que, entretanto, cai no esquecimento. Só com o desenvolvimento do offset e da heliogravura, nos anos 30, o sistema será retomado, comercializando-se em 1945 uma máquina capaz de compor uma grande diversidade de caracteres, desde os menores aos maiores.

1935 - Vladimir Zworykin inventa, nos Estados Unidos, o iconoscópio, aparelho que permite a análise electrónica das imagens.

1938 - Webendorfer, impressor, põe em funcionamento as primeiras rotativas blanchet-blanchet.

1940 (19 Dez.) - Em Paris surge o primeiro número do jornal "Le Monde" dirigido por Hubert Beube-Méry.

1948 - A empresa Fairchild começa a comercializar um "scanner" de fotogravura que permite gravar em relevo clichés tipo, em preto e branco.

1949 - Em Nova Iorque são feitas as primeiras demonstrações da fotocompositora de segunda geração, a Lumitype - Photon.

1954 - Maximilien Vox distribui os caracteres tipográficos por nove "famílias"; manuais; humanas; geraldos; reais; didones; mecanes; incisos; lineares; e "scripts": os primeiros leitores ópticos são instalados no "Worcester Telegram". Os leitores ópticos OCR (Optical Character Recognition) permitem encurtar o processo de produção, lendo os códigos que são interpretados pelas fotocompositoras.

1965 (5 Dez.) - Paulo VI suprime o Index.

1967 - Surge a primeira fotocompositora de tubo catódico de terceira geração.

1968 - Nos Estados Unidos é construída a primeira impressora Cameron que, em 1972, entrará em fase de produção.

1970 - Em Nova Iorque é publicada a primeira obra composta com um leitor óptico e uma fotocompositora de terceira geração.

1971 - No Milwaukee Journal são instalados leitores ópticos.

1973 - Instala-se em Stanphild, Estados Unidos a primeira fotocompositora a laser para a composição de um jornal.

1973 (18 Abril) - Surge o "Liberation", sob a direção de Jean Paul Sartre.

1974 - Surgem os primeiros ecrãs de paginação assistida por computador.

1976 - Surgem as primeiras aplicações da fotogravura laser.

Anos 80 - Multiplicam-se os sistemas informáticos destinados à produção de jornais, revistas e livros.

1988 - Em Janeiro, durante o rali Paris-Dackar, a France-Press transmite a primeira telefoto por satélite, através de um emissor digital, chamado Dixel.

1981 - A "International Herald Tribune" instala na redação consolas de visualização, o que permite que os jornalistas enviem diretamente os seus textos para a fotocomposição que performance a prova e o filme sem a intervenção de qualquer operário de tipografia.