

ÍNDICE DE QUALIDADE DO JORNAL DIÁRIO “FOLHA DA CIDADE” SEGUNDO

OS ASSINANTES NO MUNICÍPIO DE CAÇADOR-SC

Juliana Aparecida Gomes¹
Alexandre Carvalho Acosta²

RESUMO

O presente trabalho apresenta o objetivo geral de identificar a opinião dos assinantes do jornal Folha da Cidade no que se refere a diversos segmentos de caráter primário na qualidade do produto final. O mesmo visa também identificar os principais problemas encontrados, buscando direcionar os trabalhos para correção dos pontos negativos apontados pelos mesmos. A pesquisa realizada engloba uma sequência de operações que tem início no processo de atendimento ao cliente/assinante passando pela elaboração do produto, análise de visualização e entrega do produto final tendo como objetivo geral a verificação do índice de aprovação dos setores que compõe o processo de elaboração deste veículo de comunicação. O jornal é a unidade de comunicação responsável pelo repasse de informações relevantes dos mais diversos assuntos, todos relacionados ao cotidiano da sociedade onde o mesmo é veiculado. Com validade bastante restrita, é importante que se preze pela qualidade de todos os setores para que o andamento esteja de acordo com o que os leitores desejam, tanto em termos de atendimento quanto de receptividade do que é repassado através dele. Portanto manter-se atualizado e em sintonia com os assinantes é imprescindível para qualidade e crescimento desse meio de comunicação. A análise é feita através da observação dos dados obtidos através de um questionário de avaliação dos setores primordiais e de acesso aos clientes.

Palavras-Chave: pesquisa, cliente, jornal.

ABSTRACT

This paper presents the overall objective of identifying the opinion of the subscribers of the newspaper Folha da Cidade with regard to various segments of a primary quality of the final product. It aims also to identify the main problems encountered,

¹ Acadêmica do Curso de Jornalismo da Universidade Alto Vale do Rio do Peixe (UNIARP), Repórter do Jornal Folha da cidade de Caçador-SC, bolsista do artigo 170 UNIARP.

² Doutor pela Universidad Nacional Tres de Febrero (UNTREF); pós-graduado em Gestão Educacional pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-RS); Graduado em Comunicação Social Jornalismo pela universidade Regional do Noroeste do estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ); Docente e coordenador do curso de jornalismo da Universidade do Alto Vale do rio do Peixe (UNIARP). Rua José Bonifácio, 01 Ijuí (RS) Brasil. e-mail: alexandre@alexandreacosta.com.br.

seeking to direct the work to correct the drawbacks pointed out by them. The survey comprises a sequence of operations that begins the process of customer / subscriber through preparation of the product, visualization and analysis of final product delivery with the objective of verifying the overall approval rate of the sectors that make up the process preparation of this medium. The paper is the communication unit responsible for the transfer of relevant information from various topics, all related to everyday society where it is transmitted. With very limited validity, it is important that I value the quality of all sectors so that the progress is in line with what readers want, both in terms of attendance and receptive of what is passed through it. Porting keep up to date and in tune with subscribers is essential for quality and growth of this medium. The analysis is done through observation of the data obtained through a questionnaire assessment of primary industries and access to customers.

Keywords: research, customer, newspaper.

1 INTRODUÇÃO

A importância da comunicação no mundo moderno é indiscutível. É através dela que são passadas informações relevantes para a vida e o cotidiano de toda uma sociedade.

Antes de abordarmos o que compete à comunicação, entenderemos o que significa Informação que, juntamente com a linguagem, metaforicamente podemos chamar de espinha dorsal do ato comunicativo.

Segundo o dicionário Mérito, “Informação (do latim “informatio”) – ato ou efeito de informar; ato de tomar conhecimento de determinado fato; investigação; inquirição; averiguação; busca; pesquisa; transmissão de conhecimentos etc”.

Bordenave comenta a função da comunicação que, segundo ele, serve para que as pessoas se relacionem entre si, transformando mutuamente a realidade que as rodeia. Uma sociedade não pode ser pensada sem comunicação, bem como a comunicação não pode existir sem sociedade.

Então, a comunicação não existe por si mesma, como algo separado da vida da sociedade. Sociedade e comunicação são uma coisa só. Não poderia existir comunicação sem sociedade, nem sociedade sem comunicação. A comunicação não pode ser melhor que sua sociedade nem esta melhor que sua comunicação. Cada sociedade tem a comunicação que merece. Dize-me como é a tua comunicação e te direi como é a tua sociedade. (CHIAVENATO,1996. p.16).

Além disso, o autor chama a atenção para o fato de que sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. “Pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres

interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas”.

Embora não podemos negar a importante atuação da comunicação durante todos os períodos da humanidade, fica mais evidenciada essa relevância na sociedade contemporânea.

Dentro de um veículo de comunicação, a pesquisa da qualidade entre os leitores, principais consumidores, é imprescindível para que se mantenha a qualidade e assume um papel de grande importância para a eficácia da gestão e conteúdo apresentados ao público em geral. Todos os setores devem estar interligados. Desde a busca pelo material que será redigido até a entrega têm grande relevância para que a empresa possa ter sucesso, pois, ela é responsável pelo fornecimento de informações necessárias à sociedade.

2 O JORNAL

O tema proposto remete a uma abordagem teórica, com fontes bibliográficas, devido a sua relevância. Temos como ponto de partida a importância da socialização e da participação da sociedade como um todo na elaboração de um jornal.

Talvez o papel do jornal não esteja ainda sendo corretamente interpretado no teatro social. Talvez falte ao jornal dar mais voz a mais personagens. É necessário cidadanizar o jornal. Provocar mais o cidadão comum. Prestar-lhe mais serviços. (Sanches, 2006)

Partindo desse ponto, iremos abordar a importância do jornal como meio de comunicação, sua relevância no que se refere ao repasse de informações e a influência que possui na sociedade em que vivemos, baseados na importância da comunicação.

Embora não podemos negar a importante atuação da comunicação durante todos os períodos da humanidade, fica mais evidenciada essa relevância na sociedade contemporânea.

Essas alterações devem-se ao rápido crescimento da velocidade da informação provinda da alta tecnologia, exigindo espontaneamente maior qualidade comunicativa para ser efetivado a interação entre os vários grupos de interesse. Dessa maneira o uso de instrumentos da comunicação torna-se muito importante,

portanto, o jornal surge com uma relevância substancial para a atualidade.

Talvez devido a grande quantidade de meios de comunicação, acabamos desinformados diante de tanta informação. Nesse ponto a comunicação enfraquece no que diz respeito a processos participativos. Passamos, em geral, a aceitar ideias e conceitos sem manifestação intelectual, viramos meros atores da vida real. E esse é o lado escabroso da comunicação.

Curiosamente, a sobrecarga de informações pode redundar em desinformação. Recebíamos antes a notícia do dia e poderíamos ruminá-la durante horas. Hoje temos a notícia renovada e modificada a cada segundo, acompanhando em tempo real o desdobramento dos fatos e das decisões, o que rapidamente envelhece a informação transmitida. [...] A massa de informações gerais ou especializadas contida na imprensa diária exigiria um super-homem para absorvê-la. [...] Não há dúvidas, porém, de que precisamos aprender a filtrá-la, a ajustá-la ao nosso metabolismo de público alvo. A eletrônica e a informática estão a nosso serviço, mas não substituem as limitações orgânicas, cerebrais e emocionais do homem. [...] Ou buscamos um equilibrado “modus vivendi” com as pressões da prodigiosa tecnologia da comunicação, ou o feitiço virará contra o feiticeiro. (MARZAGÃO1996. p. 21).

E nesse contexto, entre pontos positivos e negativos é que devemos melhor analisar os modelos comunicacionais. A tecnologia deve ser analisada e, principalmente utilizada no ponto de vista aliado e não como inimigo. A grande questão está em saber equilibrar as informações.

Devemos ter clara a ideia de alienação nos polos do descontrole informacional. De um lado a total falta de informação pela abstinência aos meios comunicacionais e, do outro lado a excessiva gama de informações que acarretam, como já exposto, em desinformação.

E o equilíbrio entre a inexistência ou carência de informação e a demanda excessiva de dados é o que deve mover o gestor dentro das organizações que, muitas vezes se deparam com dificuldades diante muita informação sobre o que não se quer naquele momento, ou ainda a desorganização de dados importantes para a empresa. Essa “filtragem” precisa ser desenvolvida pelo gestor.

Para isso é importante sabermos quem é nosso leitor e o que este pensa sobre o meio de comunicação que está lhe informando.

3 O JORNAL COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO

Segundo Rabaça (1987), “o jornal impresso é o principal meio de

comunicação da linguagem escrita... Apresenta apelo de massa, mas, como toda mídia, para ser lido, é restrito por não atingir a parcela analfabeta da população”.

A literatura afirma que o jornal tem vida curta, pois seu conteúdo deixa de ser atual em pouco tempo e, além disso, admite poucos leitores por exemplar. Para Tahara (1998)a, “o veículo é uma mídia seletiva porque se destina a informar, analisar e comentar os fatos para segmento específico da população”.

Lage (1993) afirma ainda que o jornal é “produto industrial que custa enorme esforço, mobiliza grandes equipes, enfeixa considerável poder e , não obstante, vive menos que uma borboleta”.

Ao contrário da palavra oralizada, cuja recuperação depende de seu registro em algum suporte técnico (fita de áudio ou vídeo, por exemplo), a palavra escrita, utilizada pelos jornais, possui um caráter de testemunho, quando seu registro pode ser facilmente resgatado em qualquer tempo.

Tendo como base os pontos positivos desse veículo de comunicação, diversos autores destacam a elevada credibilidade propiciada por seu caráter documental; visto que, apesar de curta a duração de uma notícia, ela pode perdurar como fonte de pesquisa ou arquivo; o apelo universal, que decorre do fato de atingir qualquer público-leitor; a ação rápida e intensa, que, se por um lado, estimula o leitor a adotar ações com maior presteza, por outro, dinamiza trabalhos no campo da comunicação já que uma peça criada hoje pode ser divulgada amanhã. Além disso, afirmam que também permite o controle da mensagem à medida que a ação que se espera do receptor pode ser constatada com maior brevidade, viabilizando a tomada de providências capazes de corrigir ou melhorar o curso da comunicação.

No conjunto de pontos negativos, os estudiosos do meio assinalam que, em geral, o jornal é lido apressada e descuidadamente, excetuando-se nos finais de semana e feriados; que seu principal produto, a informação, enquanto novidade, tem vida curta e que sua circulação é mais intensa ao nível regional.

O primeiro dever do homem em sociedade é ser útil aos membros dela e cada um deve, segundo suas forças físicas ou morais, administrar, em benefício da mesma, os conhecimentos ou talentos que a natureza, a arte ou a educação lhe prestou. O indivíduo que abraça o bem geral duma sociedade, vem a ser o membro mais distinto dela: as luzes que ele espalha tiram das trevas ou da ilusão aqueles que a ignorância precipitou no labirinto da apatia, da inépcia e do engano. Ninguém mais útil, pois, do que aquele que se destina a mostrar com evidência os acontecimentos do presente e desenvolver as sobras do futuro. Tal tem sido o trabalho dos redatores das folhas públicas quando estes, munidos de uma crítica sã e de uma censura adequada representam os fatos do momento, as reflexões sobre o passado e as sólidas conjecturas sobre o futuro. (Primeiro parágrafo

do nº 1 do Correio Brasiliense – junho de 1808)

4 O TEXTO JORNALÍSTICO EM JORNAL IMPRESSO

O texto em um jornal é a forma de linguagem para realizar a transmissão de informações, produzido segundo as exigências estabelecidas por de um sistema gramatical, sendo este um ato capaz de para influenciar o comportamento do receptor.

Um texto em si, compõe-se de dupla estrutura: uma externa originária do contexto em que é produzido, e uma estrutura interna, que compreende a forma com que é organizado e as relações mantidas entre os elementos componentes da forma.

Coimbra, (Oswaldo1993), considera a narração, a descrição e a dissertação “modelos de estrutura do texto da reportagem”.

Assim, na elaboração de um texto ou discurso qualquer, interferem dois elementos: uma dada realidade externa a que se refere o texto/discurso e uma dada realidade interna desse texto/discurso.

A estrutura é também, uma face importante do texto jornalístico. Segundo Guimarães (1990), estrutura é “a rede de dependências e implicações que um elemento mantém com todos os outros, no conjunto em que se encontra.” Essa rede funciona de forma que os elementos tomam forma, articulando-se num processo chamado pela autora “construção interativa”, e passam a ter participação específica no conjunto. O processo é chamado interativo em face de a dependência ser de tal forma que a eficácia do todo depende do funcionamento de cada um dos elementos, no cumprimento de seu papel. Sendo assim, a atuação de um elemento influi no funcionamento das outras partes e do conjunto.

Essa interação faz ver que “a noção de forma subentende a de função, ou seja, integrado no texto, que é a forma, qualquer elemento passa a desempenhar uma função, e essa função determina o seu significado no todo em que se integra.” As noções de forma e função compõem o conceito de estrutura.

No Jornalismo, tem-se dado ênfase quase única ao estudo do texto enquanto instrumento de análise política, sociológica ou histórica privilegiando, apenas a estrutura em que a instituição jornalística se insere, isto é, o seu contexto. Raramente o jornalista se debruça sobre a estrutura interna do texto/discurso, para

tentar entendê-la, aperfeiçoá-la e tornar essa leitura algo prazeroso para os receptores da informação.

Nesse ponto de vista, vale destacar que para que ocorra essa integração entre leitor e texto, as características particulares à linguagem jornalística devem ser não só do conhecimento das pessoas que elaboram matérias para a mídia, mas ainda das que se apropriam dela com alguma intenção específica.

[...] a produção de um jornal- e por igual motivo, de reportagens de rádio ou tevê- só é possível quando o objetivo do trabalho se desloca da obra para o consumidor. Isto é, quando a intenção artística do projeto gráfico, da fotografia ou do texto perdem terreno diante da necessidade de levar informação ao público. (Lage, 1993)

5 O JORNAL IMPRESSO E A SOCIEDADE

O jornalismo impresso é um reflexo da sociedade onde está inserido, repassando informações de acordo com os interesses dos leitores, servindo assim de instrumento para proliferação de ideias e de conteúdo.

Quando Honoré Balzac, autor de “Ilusões Perdidas” caricaturava a imprensa, em meados do Século XIX, certamente o fazia em razão da falta de sentido do jornalismo da época, quando não havia escolas de jornalismo. A profissão era apenas um aventureirismo. Só em torno de 1920, nos Estados Unidos, e no período de entre - guerras na Europa, é que surge a profissionalização do jornalismo, Na época, as escolas, na Europa, formavam apenas profissionais generalistas pois não havia recursos para a especialização. De um modo geral hoje, os responsáveis pelos meios de comunicação preferem contar com jornalistas generalistas, capazes de

cobrir qualquer assunto. Isto ocorre porque o meio-ambiente ainda não é visto como matéria interdisciplinar que deve perpassar todos os textos jornalísticos ao invés de se constituir em mais uma editoria como se fosse possível admitir.

Assim, é uma tarefa de bom tamanho ser um profissional do jornalismo comprometido com o meio ambiente todo o tempo. Com toda certeza um profissional assim não verá o menor sentido no jornalismo frívolo que Balzac já criticava e que ainda hoje é praticado com enorme desperdício de recursos que poderiam estar sendo empregados na educação ambiental da sociedade e na formação da cidadania.

Hoje, os jornais brasileiros autoproclamados independentes parecem ser,

para muitos, rebeldes sem causa. Têm uma responsabilidade, os jornais? E, se têm, qual é? Quem definiu essa responsabilidade? Está afinada com o que pensa, quer e age a sociedade? É uma responsabilidade ativa, que provoca, ou passiva, que reflete? Está a serviço das causas de um governo, como na ex-União Soviética, ou de um mercado, como nos Estados Unidos?

Muitas das vezes, acreditando-se uma instituição com fim determinado e causas nobres, o jornal, no dia-a-dia, está funcionando como instituição intermediária, de cujos recursos e possibilidades se utilizam outras instituições para comunicar, e exercer, seu poder na sociedade. (Sanches, 2006)

Seguindo essa linha de pensamento, passamos a avaliar como o jornal impresso deve realizar o repasse de informações a fim de noticiar seguindo os princípios da sociedade a qual pertence. Para Moroni e Ruas (2006):

Os jornais regionais estão mais próximos dessa construção social da realidade, diferentemente dos chamados grandes jornais que, esporádica e superficialmente, abordam temas interioranos distantes por uma ótica distante, com a frieza de quem não vivencia a realidade nua e crua.

Entre as vantagens do jornal impresso está a investigação detalhada e a abrangência de suas informações. Através das palavras escritas é possível passar ao leitor a emoção que a circunstância relatada exprime. É uma ferramenta que pode ser utilizada para transformar uma simples matéria em uma envolvente reportagem. Melo (1993), diferencia da seguinte forma:

[...] A notícia é o relato de um fato que já eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística.

Dessa forma, envolver o leitor em uma prazerosa parada para leitura, é o primeiro passo para trazê-lo para mais próximo do cotidiano do jornal, já que, de uma forma ou outra é a sociedade, com um todo que está todos os dias, nas páginas dos jornais.

6 HISTÓRIA DO JORNAL E SUA EXPANSÃO

A criação do jornal impresso foi um grande marco para a mídia como um todo. Foi então que os povos passaram a disseminar ideias e levar o conhecimento e a informação para um maior número de pessoas.

Acta Diurna, que surgiu em Roma cerca de 59 a.C, é o mais antigo “jornal”

conhecido. Júlio César, desejando informar o público sobre os mais importantes acontecimentos sociais e políticos, ordenou que os eventos programados fossem divulgados nas principais cidades. Escritas em grandes placas brancas e expostas em lugares públicos populares, tais como as Termas, as Acta mantinham os cidadãos informados sobre escândalos no governo, campanhas militares, julgamentos e execuções. Na China do século VIII, os primeiros jornais surgiram em Pequim sob a forma de boletins escritos à mão.

A prensa, inventada por Johann Gutenberg em 1456, inaugurou a era do jornal moderno. A máquina de Gutenberg possibilitou o livre intercâmbio de ideias e a disseminação do conhecimento --temas que definiriam o Renascimento europeu.

Já foi dito que, se o termo "Jornalismo" é relativamente moderno, a sua história é muito antiga e se confunde, inevitavelmente, com a da imprensa, desde quando Johannes Guttenberg aperfeiçoou a técnica de reprodução de textos por meio do uso dos tipos móveis. (Oliveira, 2007)

Durante essa era, os boletins informativos levavam a uma classe cada vez maior de comerciantes notícias de interesse sobre o mercado. Boletins em manuscrito circulavam pelas cidades da Alemanha já em fins do século XV. Esses panfletos muitas vezes eram sensacionalistas; um deles relatou os abusos sofridos por alemães na Transilvânia nas mãos de Vlad Tsepes Drakul, conhecido também como Conde Drácula. Em 1556, o governo veneziano publicou o *Notizie scritte*, pelo qual os leitores pagavam com uma pequena moeda conhecida como "gazetta".

Esta arte propagou-se com uma rapidez impressionante pelo vale do Rio Reno e por toda a Europa. Entre 1452 e 1470, a imprensa conquistou nove cidades germânicas e várias localidades italianas, bem como Paris e Sevilha. Dez anos depois, registrava-se a existência de oficinas de impressão em 108 cidades; em 1500, o seu número era de 226.

Durante o século XVI os centros mais produtivos eram as cidades universitárias e as cidades comerciais. Veneza continuou a ser a capital da imprensa, seguida de perto por Paris, Leon, Frankfurt e Antuérpia. A Europa tipográfica começava a deslocar-se de Itália para os países do Norte da Europa, onde funcionava como elemento difusor do humanismo e da Reforma oriunda das cidades italianas. (Oliveira, 2007)

Na primeira metade do século XVII, os jornais começaram a surgir como publicações periódicas e frequentes. Os primeiros jornais modernos foram produto de países da Europa ocidental, como a Alemanha (que publicou o *Avisa Relation oder Zeitung* em 1609), a França (*Gazette* em 1631), a Bélgica (*Nieuwe Tijdingen* em 1616) e a Inglaterra (o *London Gazette*, fundado em 1665, ainda hoje publicado como diário oficial do Judiciário). Esses jornais traziam principalmente notícias da

Europa e, ocasionalmente, incluíam informações vindas da América ou Ásia. Raramente cobriam matérias nacionais; os jornais ingleses preferiam relatar derrotas militares sofridas pela França, enquanto os jornais franceses cobriam os mais recentes escândalos da família real inglesa.

O jornal mais antigo do mundo ainda em circulação foi o sueco *Post-och Inrikes Tidningar*, que teve início em 1645. Até então, estas publicações tinham periodicidade semanal, quinzenal, mensal ou irregular. Foi só a partir de 1650 que surgiu o primeiro jornal impresso diário do mundo, o *Einkommende Zeitungen* (Notícias Recebidas) fundado na cidade alemã de Leipzig. (Oliveira, 1997)

O conteúdo dos jornais começou a focalizar assuntos mais locais na segunda metade do século XVII. No entanto, a censura era algo normal e os jornais raramente podiam abordar eventos que pudessem incitar o povo a uma atitude de oposição. As manchetes dos jornais anunciaram a decapitação de Charles I ao fim da Guerra Civil inglesa, embora Oliver Cromwell tenha tentado apreender todos os jornais na véspera da execução. Em 1766, a Suécia tornou-se o primeiro país a aprovar uma lei que protegia a liberdade de imprensa.

A invenção do telégrafo em 1844 transformou a imprensa escrita. Agora, as informações eram transmitidas em questão de minutos, permitindo relatos mais atuais e relevantes. Os jornais emergiam em sociedades do mundo inteiro. O primeiro jornal diário japonês, o *Yokohama Mainichi Shimbun*, surgiu em 1870 (embora a imprensa de linotipo só tenha sido levada ao Japão em fins do século XVI).

O início da Guerra Civil dos Estados Unidos da América, em 1861, é um marco para a imprensa, pelas inovações técnicas e novas condições de trabalho. Repórteres e fotógrafos recebem credenciais para cobrir o conflito. De lá, desenvolvem o lead para assegurar que a parte principal da notícia chegará à redação pelo telégrafo. Os jornais inventam as manchetes, títulos em letras grandes na primeira página, para destacar as novidades da guerra. (Oliveira, 1997)

Em meados do século XIX, os jornais se tornaram o principal veículo de divulgação e recebimento de informações. Entre 1890 e 1920, período conhecido como “anos dourados” da mídia, os barões da mídia como William Randolph Hearst, Joseph Pulitzer, e Lorde Northcliffe construíram gigantescos impérios editoriais. Esses homens detinham enorme influência na indústria jornalística e tornaram-se famosos pela maneira como exerciam seu poder.

Os jornais também ajudaram na divulgação de propaganda revolucionária. O *Iskra* (A Centelha) publicado por Lênin em 1900, é um exemplo notável. Em 21 de

junho de 1925, foi lançado o Thanh Nien no Vietnã, apresentando o marxismo ao país e fornecendo informação sobre as políticas estratégicas da revolução.

O rádio explodiu no cenário da mídia nos anos 20. Os jornais foram obrigados a reavaliar seu papel como principal fonte de informação da sociedade. Como as novas tecnologias de mídia de hoje, a evolução dessa fonte barata e alternativa de informações gerou a ideia de que o rádio destruiria a indústria de jornais. Reagindo à nova concorrência, os editores renovaram os formatos e conteúdos de seus jornais a fim de torná-los mais atraentes, aumentando também o volume dos textos para oferecer uma cobertura mais ampla e de maior profundidade. Assim que os jornais conseguiram se adaptar à novidade do rádio, viram-se obrigados a fazer uma autoavaliação à luz de um novo e poderoso veículo: a televisão.

Entre 1940 e 1990, a circulação de jornais nos EUA caiu de um jornal para cada dois adultos para um para cada três adultos. Apesar da queda brusca, a onipresença da televisão não tornou o jornal obsoleto. Alguns jornais, como o USA

Today, responderam aos avanços tecnológicos através do uso da cor e mediante artigos “curtos, rápidos e objetivos” como as matérias oferecidas pela televisão. A atual revolução tecnológica gera novos desafios e oportunidades para a mídia tradicional. Nunca houve tantas informações disponíveis para tantas pessoas.

7 HISTÓRIA DO JORNAL NO BRASIL

A maioria dos autores diz que no dia 10 de setembro do ano de 1808 o jornal impresso entra na história brasileira, por ser o primeiro feito no Brasil. Nessa data circulou a primeira edição da Gazeta do Rio de Janeiro, um jornal oficial da corte e até então era proibido para os brasileiros terem publicações impressas.

Porém na versão de outros autores, esse não foi o primeiro jornal brasileiro:

A história do jornalismo brasileiro começou em 1808, ano da chegada da corte portuguesa ao Brasil. Nesse ano, circulou pela primeira vez no país, de forma clandestina, o Correio Braziliense, editado em Londres pelo jornalista gaúcho Hipólito José da Costa. (Oliveira, 2007)

Essa afirmação feita por Oliveira considera o Correio Brasiliense o primeiro jornal brasileiro, sem considerar que o mesmo não era feito no Brasil. Dessa forma a jornalista Ariane Fonseca explica que:

No Brasil, o primeiro jornal impresso foi o Correio Braziliense, em junho de

1808, mas ele não era produzido em solo nacional. Foi a Gazeta do Rio de Janeiro, periódico lançado três meses depois, considerado o pioneiro no país. Hipólito José da Costa editava o Correio em Londres e o levava a capital carioca por navio, operação que demorava quase um mês para ser terminada.

Era um sábado. A Gazeta do Rio de Janeiro se apresentava com quatro páginas. Os exemplares foram vendidos na casa do mercador de livros Paulo Martin Filho, no fim da Rua da Quitanda, ao preço de 80 réis. Nascia, assim, o jornalismo feito no Brasil.

O jornal foi inicialmente editado pelo padre Frei Tibúrcio José da Rocha, pertencente aos quadros de servidores da Imprensa Régia, órgão da Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros e de Guerra. Vitalidade desde o início. Só em 1808 foram impressos 32 números e mais 19 edições extraordinárias.

O jornal carioca foi por quase uma década e meia, o instrumento de notícia naquele estado brasileiro. Nos seus 14 anos de existência, forneceu ao Rio de Janeiro e ao país algo fundamental: a informação. A partir de 1808, com a chegada da Corte Portuguesa, começou a formação do Estado nacional. Os pilares do Estado brasileiro foram erguidos por instituições como a Imprensa Régia, criada pelo príncipe regente D. João, a 13 de maio de 1808.

Ao todo a Gazeta do Rio de Janeiro publicou 7.495 páginas de informação, com de conteúdo variado, numa linha parecida com a dos jornais de hoje. Ao lado dos despachos régios, estavam estampados anúncios, notícias do exterior e das províncias, capítulos de novelas. Assuntos de natureza cultural e comercial tinham espaço assegurado. Circulou até 1822. Exatamente até o dia 31 de dezembro. Era o último número, o 157.

Mas desde 1808, muito pode ser contado da evolução da imprensa tupiniquim, que engatinhou nos moldes das prensas de Johannes Gutenberg, porém registrou um crescimento vertiginoso no período, em especial nas últimas décadas deste bicentenário, ora saudado em loas. Passou o Império, veio a República, ditaduras, guerras de secessão e revoluções, períodos de democracia e ditadura. E nossos jornais seguiram trilhando o caminho de registro impresso da história. (Romero, 2008)

Após essa data, o jornal impresso expandiu para todos os territórios brasileiros. Segundo dados da Associação Mundial de Jornais (WAN, na sigla em inglês), 45 em cada mil brasileiros compram jornais diariamente.

Em Santa Catarina a história do jornal inicia no ano de 1831, mais precisamente em 28 de julho, quando Jerônimo Francisco Coelho, considerado o

patrona da imprensa catarinense, publica o primeiro jornal, denominado na época de “Catharinense”.

8 MATERIAIS E MÉTODOS

8.1 Elaboração de questionário para coleta de dados

Para avaliar o nível de satisfação dos assinantes do Jornal Folha da Cidade, utilizou-se pesquisa baseada em questionários, que foram distribuídos em um total de 300, correspondente à cerca de 10% do número de assinantes na época de início do projeto.

Feita a distribuição, aguardou-se o tempo necessário para o preenchimento dos questionários, conforme solicitação descrita na Ficha de Avaliação (ver anexo I). Posteriormente, foi realizado o recolhimento das fichas e feita a tabulação e interpretação dos dados presentes nesse projeto.

8.2 Aplicação dos questionários

As fichas de avaliação foram entregues em mãos para os 300 assinantes do jornal Folha da Cidade selecionados de forma aleatória. No ato de entrega, explicou-se a razão que justificaria a mesma.

9 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Através da pesquisa realizada junto aos assinantes, onde foram obtidas 100% dos mesmos respondidos, foi possível apresentar as respostas para o questionário, conforme seguinte tabela:

Tabela 1:

	Péssimo	Ruim	Bom	Muito bom	Ótimo
Conteúdo	2	2	160	108	28
Design	4	16	142	106	32
Impressão	4	21	135	99	41

Setor Comercial	4	18	177	75	26
Atendimento	0	14	146	102	38
Divulgação	0	42	120	98	38
Fonte de informação	0	12	102	110	76
Entrega	18	73	123	67	19

9.1 Índice de qualidade por item

Cada um dos itens avaliados foi especificado em gráfico para facilitar a compreensão dos dados obtidos através da pesquisa.

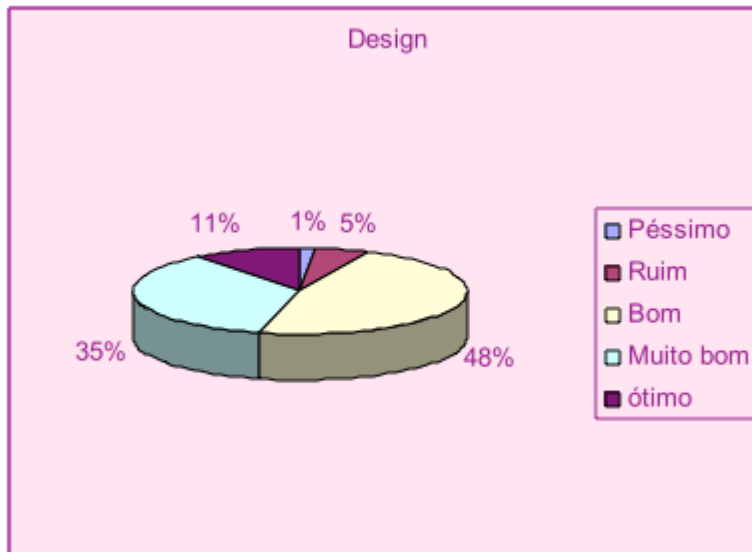
9.2 Índice de qualidade do conteúdo

Nesse item os assinantes deveriam avaliar o conteúdo como um todo, desde as matérias veiculadas diariamente, bem como as colunas, entretenimento e todas as outras partes que compõem o Jornal folha da Cidade.

De acordo com as respostas apresentadas quanto ao conteúdo verifica-se que 53% dos entrevistados o consideram como bom. Já para 36%, esse item apresenta-se como muito bom. Outros 9% avaliaram o conteúdo como ótimo. Para 1% a conteúdo é péssimo e para 1% restante o referido item foi avaliado como ruim.

9.3 Índice de qualidade do design

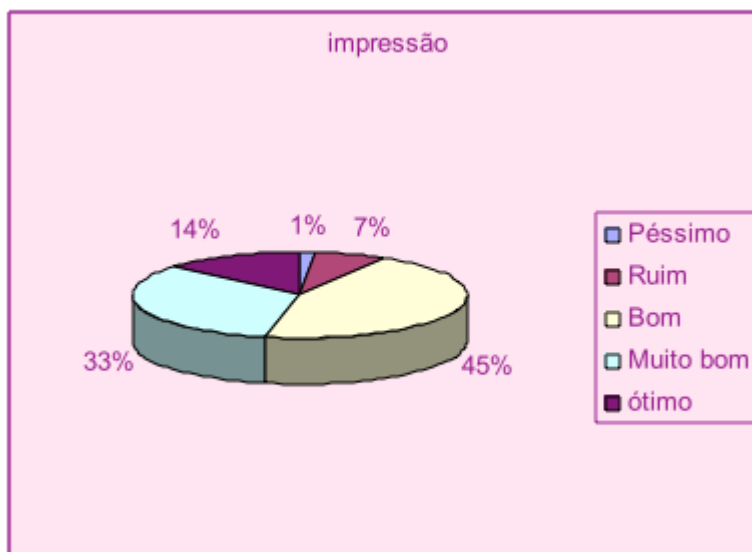
Em relação ao design, os entrevistados deveriam avaliar o planejamento gráfico do Jornal Folha da Cidade, levando em consideração a organização dos assuntos e apresentação do jornal como um todo.



Para a maioria dos assinantes entrevistados, 48%, o design apresentado pelo veículo de comunicação em questão está em um nível médio, ou seja, bom. Outros 35% avaliaram como muito bom. Para 11% esse quesito está ótimo. Já para 5% e 1% dos entrevistados o item está ruim e péssimo, respectivamente.

9.4 Índice de qualidade da impressão

A avaliação do quesito impressão consiste em analisar a qualidade na hora de se fazer a leitura e de interpretar uma fotografia. Nesses termos, deveria se levar em consideração a nitidez das palavras e imagens bem como a clareza no que diz respeito às cores utilizadas.

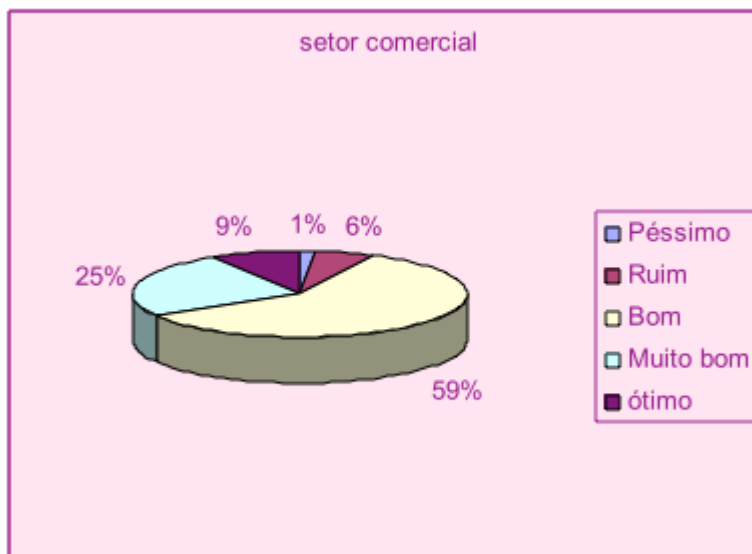


No que se refere ao índice de qualidade da impressão, 45% dos

entrevistados acreditam que o item está bom. Já para 33% dos assinantes que responderam o questionário, o quesito foi classificado em muito bom. 14% optaram pelo ótimo. Para 7% a impressão é considerada ruim e 1% avaliaram como péssimo.

9.5 Índice de qualidade do setor comercial

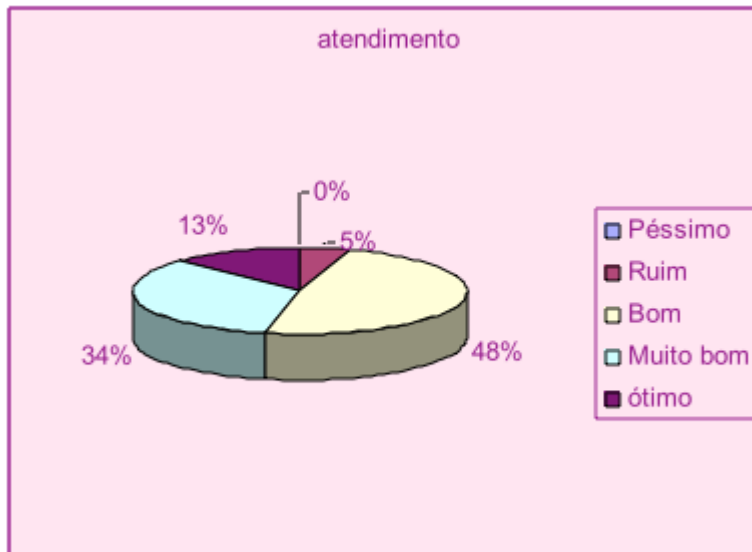
A avaliação do setor comercial é referente à satisfação dos assinantes entrevistados quanto à negociação de anúncios no Jornal Folha da Cidade. Cabe nesse quesito avaliar a eficácia e satisfação em relação ao referido setor.



Em relação ao setor comercial os dados coletados indicam que 59% consideram o quesito como bom. Do total, 25% acreditam que o item está muito bom. Outros 9% avaliaram como ótimo. 6% disseram que o setor comercial está ruim e apenas 1% classificaram como péssimo.

9.6 Índice de qualidade do atendimento

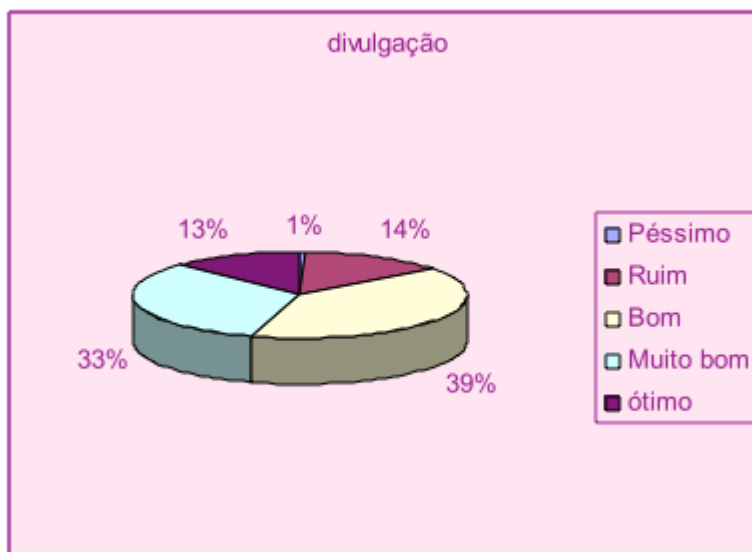
Já em termos de atendimento a avaliação deveria levar em consideração o momento da realização da assinatura e o atendimento em relação às possíveis reclamações. Nesse ponto, deveria ser avaliado também a rapidez na resolução do que foi solicitado.



Em termos de atendimento, 48% Dos entrevistados avaliaram o item como bom, 34% acreditam que o quesito está muito bom e 13% classificaram como ótimo. Já para 5% o atendimento está ruim. Nenhum dos clientes que participaram da pesquisa considerou tal referência como péssimo.

9.7 Índice de qualidade da divulgação

No que diz respeito à divulgação, os assinantes entrevistados deveriam considerar como critérios a forma com que o veículo de comunicação lhes foi apresentado, levando em consideração também a forma com que o Jornal Folha da Cidade se apresenta para os possíveis clientes.

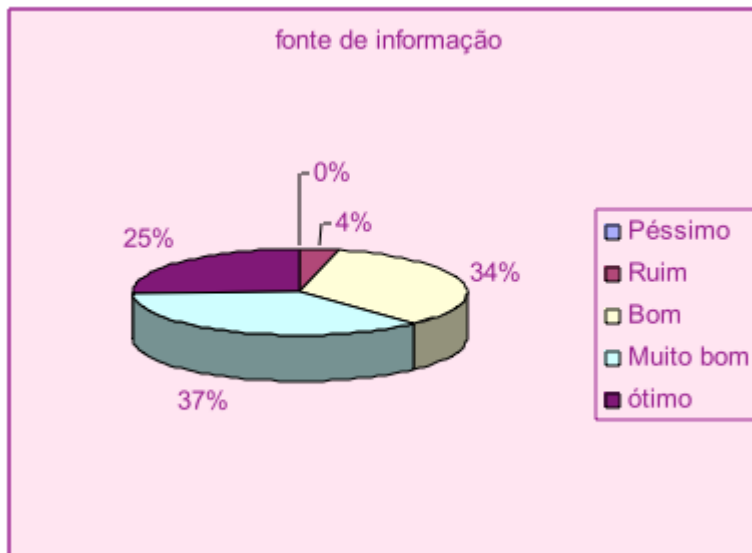


Dos assinantes entrevistados, 39% avaliaram a qualidade em termos da

divulgação do Jornal Folha da Cidade, como bom. Para 33% esse item está muito bom. Já 14% acreditam que o item está ruim. 13% avaliaram como ótimo o quesito e 1% dos entrevistados consideraram como péssimo.

9.8 Índice de qualidade do jornal como fonte de informação

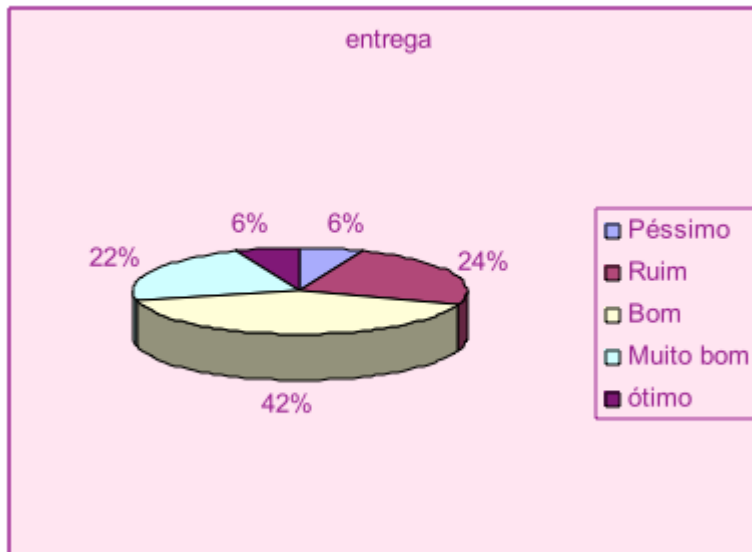
Na avaliação do veículo como fonte de informação, era necessário levar em consideração a relevância dos assuntos tratados pelo jornal Folha da Cidade. Nesse item, deveria se avaliar também se esses assuntos condizem com a realidade e a necessidade de informação que os assinantes necessitam.



Na opinião de 37% dos entrevistados, esse quesito está muito bom. Já 34% disseram que o item está bom. 25% avaliaram o jornal como uma ótima fonte de informação. Para 4% o item é considerado ruim e nenhum dos assinantes que participou da pesquisa considerada tal item como péssimo.

9.9 Índice de qualidade da entrega

Ao avaliarem o quesito entre, os assinantes deveriam tomar como base os horários, a forma com que a entrega é feita e também as condições do jornal após a realização dessa etapa.



Feita a avaliação, os dados mostram que 42% consideraram tal item como bom. Para outros 24% a entrega está ruim. 22% consideraram muito bom. Outros 6% classificaram como ótimo e os 6% restante avaliaram como péssimo.

10 RESULTADOS

Por meio da análise proposta, percebe-se que, segundo os assinantes, de um modo geral o Jornal Folha da Cidade é considerado bom, isto é, avaliado com nota 6. Porém alguns quesitos necessitam de modificações para melhor atender as necessidades dos mesmos. Em nenhum dos itens a reprovação foi maior que a aprovação.

O item que recebeu melhor a avaliação foi “O jornal como fonte de informação” onde a nota ficou dois pontos acima da média. Já no que se refere à entrega. Mesmo tendo avaliação média é necessário estar atendo, pois o índice de avaliação “ruim” foi proporcional ao considerado “ótimo”.

Em relação aos demais quesitos (conteúdo, design, impressão, setor comercial, atendimento e divulgação) pode-se observar que os assinantes entrevistados consideram bom (média 6), tais itens.

11 CONCLUSÃO

Com o objetivo geral de verificar o índice de aprovação dos setores que compõem o jornal Folha da Cidade, situado no município de Caçador-SC, realizada

pelos assinantes a fim de avaliar a qualidade do mesmo,

Quanto aos objetivos propostos, o estudo analisou o índice de qualidade através de dados recolhidos junto a 300 assinantes, buscando apontar os setores que requerem melhoria.

Entende-se que o jornal é responsável por transmitir com veracidade informações relevantes que dizem respeito à sociedade onde circula, levando em consideração a opinião dos que tem acesso a ele.

Com esse trabalho foi possível ver que esse meio de comunicação é bem visto por seus assinantes, que mostraram grande interesse em colaborar com a pesquisa, para que a empresa possa avançar na resolução desses problemas.

Conclui-se que é necessário que sejam realizadas medidas em relação ao item apontado como o que mais apresentou avaliação negativa no intuito de produzir melhorias contínuas, visto que a instituição precisa se readequar a logística de ambiente, proporcionando uma melhor qualidade e respectivamente um produto mais adequado em seus assinantes, garantindo a qualidade nos seus serviços prestados.

REFERÊNCIAS

BARBER, Phil. **A Brief History of Newspapers**, Historic Newspapers and Early Imprints. 2002. Disponível em: <<http://www.anj.org.br>>. Acesso em: 04 abr 2011.

CHALLUB, Samira. **Funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 1987.

COIMBRA, Oswaldo. **O Texto da reportagem impressa** - Um curso sobre sua estrutura. São Paulo: Ática, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto. **Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as empresas**. São Paulo: Atlas, 1996.

FONSECA, Ariane. **O surgimento do jornal impresso**. Disponível em: <<http://www.arianefonseca.com.br>>. Acesso em: 31 mar 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUIMARÃES, Elisa. **A Articulação do texto**. São Paulo: Ática, 1990.

HILDENBRAND, Lucí. **JORNAL IMPRESSO**: – trazendo os fatos do dia-a-dia para dentro da sala de aula (FaEL-NUTE/PROEG/UNIG).

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 4. ed. São Paulo: Ática. 1993.

LUCENA, Pierre. **Hoje completa 200 anos do primeiro jornal impresso no Brasil.** A Gazeta do Rio. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://acertodecontas.blog.br/atualidades/hoje-completa-200-anos-do-primeiro-jornal-impresso-no-brasil-a-gazeta-do-rio/>>. Acesso em: 31 mar 2011.

MARZAGÃO, Augusto. **A fadiga da informação.** *Revista de Comunicação*. Rio de Janeiro, ano 12, n. 46, 1996.

OLIVEIRA, Fabrício. **A história do jornalismo impresso - do mundo a região do Vale do Paraíba.** Pindamonhangaba, SP, 2007. Disponível em: <<http://www.jornalistafo.com.br>>.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação.** 2. ed. São Paulo: Ática, 1987.

RAUEN, Fábio José. **Elementos de iniciação à pesquisa.** Rio do Sul: Nova Era, 1999.

ROMERO, Vilson Antônio. **O nascimento do jornalismo no Brasil.** 2008. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: 03 abr 2011.

RUAS, Reinaldo Lázaro. **Jornalismo Regional.** São Paulo: Epitaciana, 2006.

SANCHES, Edmilson. **O papel do jornal na sociedade.** Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em 2 abr 2011.

TAHARA, Mizuyho. **Mídia.** São Paulo: Global, 1987.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1997.

_____. **Jornalismo e memória.** São Paulo: Gráfica. 1997.