

Importância do Jornalismo Impresso: Atual Cenário das Bancas de Jornais em Vitória da Conquista¹

Brenda XAVIER²

Táíne RODRIGUES³

Mary WEINSTEIN⁴

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, BA.

Resumo

Este artigo aborda processos que envolveram o surgimento dos meios impressos e da imprensa popular, bem como, a criação e o avanço da internet relacionados ao consumo de informação e especialmente os ainda atuais pontos de venda de meios impressos: as bancas de jornais, e suas adaptações necessárias decorrentes desse relacionamento com o consumo de informação *online*. Teremos como foco da análise as bancas da maior cidade do Sudoeste baiano. -Vitória da Conquista, nos últimos anos e a situação atual enfrentada.

Palavras-chave: História da mídia impressa; Banca; Internet; Jornal.

Introdução

De todos os veículos de comunicação de massa que existem atualmente, o jornalismo impresso foi durante muito tempo o mais importante. No século XIX os jornais eram o principal veículo noticioso. Mas, a função de levar informação ao público não era responsabilidade unicamente dos jornalistas e dos produtores de jornais - este trabalho também era dos profissionais que se dedicavam à distribuição da informação.

Sem um ponto fixo, meninos com pilhas de jornais amarradas nos ombros – nos Estados Unidos– passaram a entregar jornais nas ruas, chamados de jornaleiros. Nos Estados Unidos e em outras partes do mundo o sistema foi mudando, surgindo assim, as bancas de jornais. As que a princípio foram simples caixotes de madeira, com o decorrer do

¹ Trabalho apresentado no GT História da mídia impressa integrante do 11º Encontro Nacional de História da Mídia.

² Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UESB, email: brendatomazxavier@gmail.com

³ Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UESB, email: taine_sr@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UESB, email: maryweinstein@gmail.com

tempo se transformaram, adotando distintos modelos ao redor do mundo e tomando conta dos principais pontos públicos das cidades. O avanço da tecnologia, o surgimento e desenvolvimento de outros meios de comunicação massiva como rádio, televisão e a internet, incrementaram o enorme fluxo de informações. Com base neste panorama, torna-se oportuno analisar a situação atual dos meios impressos assim como as transformações pelas quais as bancas de revistas e jornais passam nessa era digital.

Nesse trabalho, será tratada a relação do meio jornalístico impresso e do meio digital. Tendo como objeto empírico as bancas de jornais em Vitória da Conquista, na Bahia. Vamos abordar esse processo de sobrevivência e suas adaptações ao longo dos últimos 20 anos. A metodologia utilizada é a análise de conteúdo a partir de entrevistas com profissionais da área, funcionários do setor público, comerciantes envolvidos nessa situação e uma pesquisa quantitativa que envolve uma amostra de quantas pessoas? da população de Vitória da Conquista.

O Surgimento e a Importância do Jornalismo Impresso

“O jornal – o mais legítimo e duradouro veículo impresso depois do livro – condicionou o ser humano contemporâneo a um processo de saber. E ele não vai abrir mão de suas vantagens.” (DINES, 1996 p 98)

Pode-se afirmar que o jornalismo, independentemente de qualquer definição, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra. (ROSI, 1980 p7)

O nascimento do jornalismo e do jornal tem como fonte a necessidade de informações, tal como é indicado por P. Albert e F. Terrou:

A necessidade de informações é um dos dados fundamentais de toda vida social. [...] A curiosidade do público sempre suscitou a vocação de contadores de histórias que [...] cumpriam uma função de comunicação e com frequência também de informação [...]. Tanto os grandes como os pequenos impérios da Antiguidade ou da Idade Média haviam criado redes de coleta e difusão de informações cujos mensageiros transmitiam oralmente

ou por escrito notícias que em seguida podiam ser levadas ao conhecimento de um público mais ou menos amplo pelas mais diversas vias, do pregoeiro ao cartaz-edital. (ALBERT E TERROU, 1990, p 3).

No século XVII os progressos da imprensa foram freados pela severidade do controle político, as gazetas – primeiro tipo de jornal – forneciam unicamente notícias áridas e embora tenham passado por um enriquecimento de conteúdo em meados do século ainda não tinham a importância merecedora. A finais do século XVIII, permaneciam em um status passivo, eram dedicados a assuntos literários e culturais, tendo maior privilégio para a expressão de ideias os livros ou as brochuras, sendo o jornalismo para olhos da elite social e intelectual uma subliteratura desprovida de prestígio. Tempos depois gerou-se uma demanda por informações, pois o público –ainda de elite– queria entender e participar dos processos decisórios nas instâncias de poder, o que levaria o jornalismo ao caminho do desenvolvimento

Como é relatado por Jorge Pedro Sousa (2006): por volta dos anos 20 e 30 do século XIX nos Estados Unidos, o desenvolvimento da alfabetização, a concentração das pessoas em cidades gerou uma cultura de consumo. Este progresso tecnológico permitiu o aumento das tiragens dos jornais e o decréscimo dos custos de produção, surgindo assim, o que Timoteo Alvarez (1992) designa como a primeira geração da imprensa popular, com uma linguagem direcionada para um público mais vasto pouco conhecedor da língua formal, para que estes pudessem entender as notícias com maior facilidade e com assuntos de interesse comum -bêbados, ladrões, assuntos policiais- reduzindo as notícias sobre política. Estas inovações fortaleceram não só a necessidade de divisão do trabalho entre jornalistas e tipógrafos, mas também a divisão do trabalho entre os próprios jornalistas para redigir notícias especializadas. No final do século XIX surgiu a segunda geração da imprensa popular, na qual os jornais se direcionavam para a maioria da população e não somente para a elite. Assim, tiveram que corresponder aos interesses de um novo tipo de leitores estimulando a abordagem das histórias pelo ângulo do interesse humano.

Surgimento da Internet, Informação *Online* e o Seu Relacionamento com a Informação Impressa

Vivemos em uma sociedade de informação *online* que aparentemente não informa. “A imagem de velocidade que o jornalismo *online* carrega consigo sugere a possibilidade de oferta de informações novas a cada instante” (MORETZSOHN, 2002, p.133), trazendo a divulgação de informações falsas ou parcialmente verdadeiras, com uma verdade que costuma ficar submetida à necessidade da veiculação de notícias em primeira mão:

Hoje, na era do “tempo real”, essa contradição atinge níveis que apontam para uma aparente irracionalidade no processo de produção da notícia. A final, que sentido haveria em investir na última palavra em tecnologia se o que interessa não é a qualidade da informação, mas sim, “chegar mais rápido que o concorrente”? (MORETZSOHN, 2002, p.133)

No século XX, decorrente das necessidades militares surgiu uma rede mundial de computadores interligados por linhas telefônicas que permitiu a conexão de milhares de pessoas em vários pontos do mundo –a Internet–, facilitando contatos e trocas de dados. Após sua expansão para o meio acadêmico e a partir da criação de um programa capaz de realizar pesquisas, o crescimento da internet sem qualquer controle a transformou na maior rede de comunicação mundial e ao mesmo tempo colocou uma enorme quantidade de informações à disposição de todos por meio da World Wide Web (WWW). A internet se desenvolveu rapidamente até chegar a como é conhecida atualmente, com comunidades, salas de bate-papo, redes sociais e portais com informações dos mais diversos assuntos, entre eles as notícias.

A internet não é uma moda passageira e não haverá retrocesso. , Diariamente os usuários acessam a internet em busca de informações, por ser este um meio mais acessível e dinâmico, os elementos que compõem o conteúdo *online* vão além dos tradicionalmente utilizados no jornalismo impresso, com uma grande variedade de fotos, textos, vídeos, gráficos, áudio, ilustrações animadas, fazendo com que seja mais atrativo para o internauta. O comportamento do usuário na internet não é o mesmo no que se refere as mídias impressas, se consome informação como se consomem produtos, com portais divididos em grandes âncoras. Os leitores dão uma olhada nas manchetes, leem horóscopos, e entram em

alguma área que lhes chama a atenção, sem aprofundar em nada, absorvendo apenas grandes quantidades de dados (FERRARI, 2004, p19). Silva explica como acontece o fluxo de notícias no meio digital e o seu relacionamento com os canais tradicionais:

Fenômenos como, por exemplo, os blogs, foto-repórteres, os telefones móveis multimídia, são, de modo direto, necessários para a compreensão de um fluxo de notícias como fonte suplementar combinando às alternativas estabelecidas. Isso não anula os espaços e canais tradicionais de apuração, tratamento ou circulação da notícia em caráter primário. O que surge é uma camada adicional de informações (SILVA, 2008 p58 apud BARSOTTI 2012 p12)

Com o desenvolvimento constante da internet notou-se que o número de leitores que emergem do jornal impresso para o acesso a jornais *online* tem crescido gradativamente. A informação passou a não depender mais da circulação do papel. Como afirma Alberto Dines, as bancas necessitam se adaptar para sobreviver:

Conforme o nome indica, bancas de jornais são quiosques destinados a venda de jornais diários, mas hoje estes são relegados [...] a um plano secundário. O número e a variedade de produtos não-jornalísticos hoje vendidos em bancas é incrível. Pequenas bibliotecas são oferecidas naqueles poucos metros quadrados e, como não há lugar para estoques os produtos com alta taxa de venda são os privilegiados, enquanto os que não tem a mesma velocidade acabam encostados e, dias depois, devolvidos imediatamente aos editores, como encalhe (DINES, 1996, p 130)

Embora a internet ofereça inúmeros atrativos, a quantidade avassaladora de informações obtidas nela, faz com que o internauta tenha receio em relação às verdades disseminadas na rede, o que não acontece nos meios impressos. A fidelidade do leitor é visível, pois, o grande número de notícias incertas disponíveis mostra a necessidade de buscar a veracidade na origem da informação, a fim de não aceitar qualquer opinião como fato. A repercussão de uma manchete continua sendo bem maior que a *home-page* de qualquer portal.

Forma de Consumo do Jornalismo em Vitória da Conquista

Alunos do 2ª Semestre do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UESB de Vitória da Conquista aplicaram uma enquete a 201 pessoas com faixa etária entre 18 e 76 anos. Conforme os resultados da coleta de dados (Figura 1) 92,5% das pessoas consideram o jornalismo muito importante, 43,8% nunca compraram um jornal impresso,

mas já leram alguma vez, 11 pessoas nunca leram um jornal impresso. Entretanto 60,2% das pessoas costumam ler jornais na internet e 57,7% utiliza esta fonte como a principal para obter informações, porém, acreditam que a informação veiculada pelo jornal impresso tem maior credibilidade que aquela veiculada na internet. Somente 27,4% realizam a leitura diária de jornais impressos para obter informações.

Figura 1. Tabulação de dados coletados em pesquisa

Consideram o jornalismo muito importante	92,5%
Nunca compraram um jornal impresso mas já leram	45,8%
Pessoas que acostumam ler jornal na internet	60,2%
Utilizam a internet como principal fonte de informação mas acreditam que o jornal impresso tenha maior credibilidade	57,7%
Lêem jornal impresso diariamente para obter informações	27,4%

Fonte: Resultados de enquete feita por alunos da disciplina História da Comunicação em 2016, na Uesb.

Com base nesta análise fica evidente que a internet e sua expansão transformaram o relacionamento do cidadão com o jornal impresso e a forma de obter informações, o que conseqüentemente gera uma queda na venda dos principais produtos de bancas: revistas e jornais, fazendo com que se incorporem novos itens nesses comércios, como por exemplo refrigerantes, salgadinhos, doces, água, recargas de celular, múltiplos itens eletrônicos, e também guarda-chuvas.

Atual Situação das Bancas de Jornais em Vitória da Conquista

Tendo como base as informações anteriores, consideramos analisar o atual cenário das bancas de jornais e revistas na cidade de Vitória da Conquista, na Bahia, a qual segundo o setor de Posturas da Prefeitura Municipal possui seis pontos de bancas, concentradas em sua maioria no centro da cidade, sem incluir supermercados, lanchonetes, e outros comércios onde há venda de jornais e revistas. No setor das revistas mostrou-se uma queda de mais do 30% na venda dos últimos dois anos. A informação foi prestada por Cleidson

Guerreiro Covas, diretor da única distribuidora de revistas (Foto 1) e outros tipos de materiais impressos, exceto jornal, na região do Sudoeste da Bahia, que atribui a queda à preferência dos consumidores pela internet.

Foto 1: Distribuidora de revistas Guerreiro Covas em Vitória da Conquista



Fonte: Elaborada pela autora

Em entrevistas com proprietários e funcionários de bancas de jornais e revistas da cidade de Vitória da Conquista obtiveram-se informações relevantes sobre a trajetória da comercialização dos jornais e atual situação que estes estabelecimentos enfrentam.

A “Banca Conquista” estabelecida há cerca de 15 no bairro Candeias (região nobre da cidade), conta com materiais de conteúdo diverso, sendo eles de caráter informativo, político, entretenimento, lazer, instrutivo, econômico e formativo. Quanto à venda de revistas, atende um público variado, pensando nisso e atentos aos avanços tecnológicos mais presentes para a comunicação da sociedade, os proprietários da banca investiram no monitoramento dos clientes através das redes sociais, divulgando assim, o material que recebem, de acordo com o perfil de cada um. Vanessa Alves, dona da banca, relatou que as vendas de jornais caíram de maneira significativa nos últimos tempos em relação às revistas, que embora apresentem um decréscimo no número de vendas ainda mostram um fluxo constante entre o público. Por parte dos jornais, de 15 exemplares entregues pela

distribuidora apenas a metade são vendidos. Um dos motivos listados por ela é a explosão da internet e o uso intenso dos dispositivos móveis de comunicação, principalmente por parte dos jovens. A parcela consumidora de jornais é em sua maioria composta por homens da terceira idade, que ainda na banca gostam de interagir e comentar sobre as principais notícias do jornal. Outro fator que contribuiu para a queda nas vendas do jornal, especificamente o jornal A Tarde –único à venda no local – foi a questão do atraso significativo na entrega por parte da distribuidora, fator que começou a apresentar-se aproximadamente há seis meses, gerando uma repercussão negativa por parte dos leitores que se acostumaram a encontrar este material impresso durante o período matutino. Vanessa considera que o jornal impresso é a fonte de informação mais segura e de maior credibilidade no meio de tanta informação incerta.

Vendedores das diversas bancas na cidade declaram que as vendas em geral mantêm um ritmo significativo, tendo saída todos os tipos de materiais: esportivos, infantis, juvenis, gibis, *mangás*, autoajuda, culinária, maquiagem, do lar, entretenimento, fofocas, pornográficas, e materiais de estudo. Os materiais mais procurados em todas as bancas são aqueles de cunho informativo e político, como exemplos a citar a revista Veja e IstoÉ, os jornais não entram na lista. Os vendedores reafirmam que uma das características atuais das bancas é a adequação de outros materiais de diversos tipos, que se faz necessária para a sobrevivência da banca, já que não se manteria com o lucro tirado apenas da venda de jornais e revistas.

Com fluxo constante no decorrer do ano, as vendas mostram um crescimento a depender da cidade e do contexto político e social atual do país, muitas vezes as revistas são procuradas por sua capa ou alguma notícia em específico.

Os empresários donos de bancas de revistas não correm riscos de investimentos, pois, em todo o país trabalham com o sistema de consignação, quer dizer, o material é entregue na banca e o que não é vendido é recolhido posteriormente, retornando para a distribuidora que devolve o material para a editora. No caso dos jornais o procedimento é similar, entretanto, mostra-se mais vantajoso, os jornais não vendidos retornam para as bancas como material de “encalhe” que muitas vezes é mais procurado que o próprio jornal

para a leitura, é adquirido para diferentes usos no cotidiano das pessoas como por exemplo: a embalagem de frutas, objetos frágeis, e a cobertura de janelas, vidros e pisos.

Maria Inês Galvão, dona da distribuidora do Jornal A Tarde, único que circula periodicamente na cidade comentou sobre o contexto histórico e atual do jornal e a distribuição em Vitória da Conquista. Segundo Galvão durante o auge do jornal impresso na cidade, há aproximadamente 24 anos, chegaram a ser distribuídos cerca de 100 jornais em banca, sendo que existiam 16 pontos, além de 25 meninos nas ruas que vendiam 20 jornais cada, o retorno para encalhe era mínimo. A prefeitura da cidade tinha 100 assinaturas para as escolas, tanto do centro urbano quanto da zona rural, e 10 assinaturas para a própria prefeitura. Este número diminuiu gradativamente até ser cortando completamente na gestão atual, justificado pela falta de cultura leitora e incentivo. No que diz respeito às assinaturas do público em geral houve uma queda de 75% nos últimos anos, atualmente 150 pessoas assinam o jornal A Tarde na cidade. Um dos fatores relevantes que explicam parte dessa queda é a questão já mencionada anteriormente da recente mudança na logística de transporte e distribuição proveniente da central do jornal em Salvador; o jornal que há 6 meses atrás chegava nas bancas e residências no início da manhã passou a ser entregue por voltas das 15h, uma vez que não vem diretamente para a cidade em um carro próprio como era de costume, primeiro percorre 435km até Itabuna e posteriormente 241km até Vitória da Conquista. Os leitores perceberam essa diferença e passaram a reduzir o consumo, visto que quando o jornal chega, as notícias já circularam em outros meios como televisão e internet. Com experiência de mais de 40 anos no Jornal A Tarde, Inês classifica essas diferenças como “gritantes” e coloca a internet como o fator primordial dessa situação, além de considerar que o próprio jornal contribuiu nesse aspecto, uma vez que diminuiu consideravelmente a sua qualidade em relação ao conteúdo jornalístico. Galvão acredita que a alternativa para a situação atual do jornal impresso seja o incentivo do hábito de leitura desde cedo em todos os âmbitos, afirma ainda que a leitura é um passo fundamental para a formação do cidadão e a sua criticidade. Do contrário, não existirá espaço nem futuro para o jornal impresso em Vitória da Conquista.

Considerações Finais

Diante das abordagens apresentadas, referentes ao atual momento do jornal impresso na cidade de Vitória da Conquista – BA pode-se considerar que este segmento de importância ímpar para a história da comunicação de massa e conseqüentemente para a construção da sociedade, vem perdendo espaço, devido às novas tecnologias, que fazem parte do cotidiano das pessoas e que se reformulam a todo instante para facilitar a vida de seus usuários, que estão cada vez mais exigentes.

No cenário atual, as pessoas querem consumir inúmeras informações em questão de segundos, sem se preocuparem com a veracidade dos fatos. Com isso, o jornal impresso se encontra sem relevância, para boa parte da população, que na teoria o considera um importante meio de comunicação, o de maior credibilidade, mas que na prática, busca os meios de informação *online*.

As bancas de jornais e revistas ainda existentes, necessitam inovar em seu comércio, adequando novos tipos de produtos a sua realidade, resultado dos desafios colocados pelo avanço tecnológico. Acredita-se que por mais conteúdo que os jornais impressos possam oferecer a democratização dos instrumentos de mídia proporcionada com a internet, tende a condenar a mídia impressa em Vitória da Conquista. Nesse sentido, não nos cabe definir o tempo de sobrevivência do papel. Fica como nossa responsabilidade encontrar alternativas para conciliar uma parceria entre meio impresso e digital, fazendo com que ambos ofereçam inúmeras possibilidades de conhecimento de qualidade para toda sociedade.

Referências

AGUIAR, Leonel Azevedo de; BARSOTTI, Adriana. Mobilizar a audiência: uma experiência contemporânea no jornalismo online. In: ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO, 2012, Fortaleza. **Artigo**. Fortaleza: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012. p. 5 - 19.

ALBERT, P.; TERROU, F. A história dos jornais e o nascimento das gazetas. In: ALBERT, P.; TERROU, F. **História da imprensa**. França: Martins Fontes, 1990. Cap. 2 e 3. p. 3-12.

CURSO DE JORNALISMO DA UESB VITÓRIA DA CONQUISTA. **Figura 1**. 2016

DINES, Alberto. **O papel do jornal: Uma releitura**. 6. ed. São Paulo: Summus, 1996.

ELEMENTOS DE TEORIA E PESQUISA DA COMUNICAÇÃO E DOS MEDIA. Portugal: Porto, 2006. Disponível em: <<http://www.infocambiouniversitario.com.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2016.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

FOLHA DE SÃO PAULO (Brasil). Veja algumas curiosidades sobre a trajetória das bancas de jornal em SP. **Folha de São Paulo**. São Paulo, p. 1-2. 24 nov. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2013/11/1375158-veja-algumas-curiosidades-sobre-a-trajetoria-das-bancas-de-jornal-em-sp.shtml>>. Acesso em: 30 ago. 2016.

MORETZSOHN, Sylvia. **A velocidade como fetiche**: o discurso jornalístico na era do "tempo real". 2000. Tese (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2000.

PORTAL SAO FRANCISCO (Brasil) (Org.). **Dia do jornalista**. Disponível em: <<http://www.portalsaofrancisco.com.br/calendario-comemorativo/dia-do-jornaleiro>>. Acesso em: 28 ago. 2016.

RIGATTI, Volnei. **Bancas de Jornais: Um futuro, uma tendência**. 2006. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/bancas-de-jornais-um-futuro-uma-tendencia/133572/>>. Acesso em: 30 ago. 2016

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2006.

XAVIER, Brenda. **Foto 1**, 2016