

Goianiense está obeso e sedentário

Aproximadamente 10% dos entrevistados na Capital declaram praticar algum tipo de exercício físico com regularidade. População fuma menos, diz pesquisa Página 2

Conversa com a presidenta



Embora o nosso governo esteja no começo, estamos implementando políticas públicas importantes de apoio às mulheres, como a Rede Cegonha.

LEIA COLUNA DE DILMA NA PÁGINA 3

70 ANOS DE EMOÇÕES

Maior ídolo popular do País, Roberto Carlos faz aniversário hoje e os fãs relembram carreira marcada por conquistas, polêmicas e sofrimento. Show comemorativo é cancelado devido à morte da filha Ana Paula Rossi. DMRevista, capa



Santa diversão

Municípios goianos oferecem atrações variadas para turistas durante a Semana Santa. Música, esportes, diversão e descanso, tudo sem precisar sair do Estado. DMRevista, página 3



Diário da Manhã

O JORNAL DO LEITOR INTELIGENTE

ENDO VÊ E LÊ www.dm.com.br

TERÇA-FEIRA

Editor-geral: Batista Custódio >> Goiânia >> Nº 31 >>

Preço: R\$ 1,50

19 de abril de 2011



Suspeitos de integrar quadrilha, Jean Ferraz, Thiago Henrique e Luciano Dias foram apresentados ontem

Presos suspeitos de matar taxistas

A Polícia Civil apresentou ontem suspeitos de terem cometido um latrocínio e dois assassinatos de taxistas em Goiânia: Thiago Henrique da Silva, o Tiffany

Tife, Luciano Dias Ferreira Rodrigues e Jean Ferraz. Eles também teriam matado um taxista em Araguânia (TO). Grupo é formado por oito pessoas. Página 5

O apagão da mão de obra

72% das empresas goianas sofrem com falta de profissionais qualificados no mercado, revela estudo



Situação é preocupante em indústrias de grande porte. Produção e qualidade podem ser afetadas. Página 15

PESQUISA UFG

A VOZ DA SOCIEDADE

Diário da Manhã é jornal da Liberdade

A pesquisa Projeto de Construção de Opinião Pública do jornal Diário da Manhã, da professora Simone Antoniassi Tazuo (foto), da UFG, constata que o matutino reserva quase um terço das páginas para a opinião. "Ao abrir espaço para publicação de ideias de pessoas não pertencentes ao veículo de comunicação, o jornal passa a dar voz à sociedade, um dos princípios de formação da opinião pública", diz o estudo em seu resumo. Opinião Pública, capa e página 2



OPINIÃO PÚBLICA

Consolidação da liberdade

VOZ DA SOCIEDADE



Preços de eletrônicos vão cair

Presidenta Dilma Rousseff afirma que entrada de produtos chineses no Brasil deve contribuir para derrubar valores de aparelhos eletrônicos e proporcionar mais empregos. Página 16

Como serão as semifinais do Goianão

Goianão e Vila fazem clássico no domingo, às 16h. Anapolina e Adolfo confirmados no segundo turno, às 21h, no Jovem Dorian. ICF anunciou ontem as datas dos dois jogos da semifinal do Colômbio. Página 12



Governador Marconi Perillo cumprimenta o secretário Antônio Faleiros durante lançamento da 7ª Conferência Estadual de Saúde

Marconi quer repasse mensal para a Saúde

O governador Marconi Perillo disse ontem que busca solução que garanta o repasse mensal das receitas que são destinadas à Saúde: 13% do orçamento. O

anúncio foi feito durante solenidade de assinatura do decreto de convocação da 7ª Conferência Estadual de Saúde, no Palácio Pedro Ludovico Teixeira. Página 9



Antônio Gomide

Agilidade em Anápolis: um novo paradigma para o crescimento econômico. Página 8

ARTIGOS

ENVIE SEU ARTIGO (COM FOTO) PARA OPINIAO@DM.COM.BR

- Iram Saraiva: O que falta aos parlamentares é mais coragem e honestidade - página 1
- Bassenebergue Barbosa: Estátua de Pedro e o compromisso do Diário da Manhã com a história - página 16
- Hélio Moreira: Presença do literato Eurico Barbosa no Mato Grosso do Sul - página 7
- Lena Castello Branco: Marespistas, não? - entrevista, página 6
- Hélverson Balano: Eu bati em Jesus Cristo - entrevista, página 8
- César Augusto Machado: Violência ou paz, você escolhe - entrevista, página 6
- Abner Barbosa: Um livro instigante - página 13
- Wendell Seixas: O JSM aponta cada uma - página 11
- Eurico Barbosa: Ainda a mediocridade infelizmente - página 11
- Maurício Tovar: Rio Araguaia: conviver com ele é preciso - entrevista, página 2
- José Elias Fernandes: Iria e a Saúde me lembram o Daltan em 1987 - página 13
- Gilson Romanelli: 19 de abril: Dia do fruto e dos "Diabos Velhos" do mundo moderno - página 14
- Cunpade Conquista: Meus primos no restaurante! - página 16
- Marcelo Caixeta: Vídeo do atorador da escola do Rio revelam novos dados psiquiátricos - página 2
- Talvane Garcia: Arma perigosa - página 1
- Carlos Alberto Leréia: Aumento excessivo dos combustíveis é ganância - página 13
- Prud de Melo: O procurador-geral de Aparecida falta com a verdade - página 8

OPINIÃO PÚBLICA

EDITORA: SABRINA RITIELY

opiniaodm@gmail.com / (62) 3267 1057

Consolidação da liberdade

O espaço que o Diário da Manhã abre para que a sociedade se expresse, exercendo assim a sua cidadania, foi alvo de uma pesquisa produzida pela professora de Comunicação da Universidade Federal de Goiás, (UFG) Simone Tuzzo.

Na edição de hoje, Opinião Pública traz na íntegra a conclusão da pesquisa produzida pela professora no último

mês de março por entender que apesar de já ser conhecido o espaço aberto nas páginas do DM a conclusão de uma pesquisadora da Comunicação comprova a bandeira da liberdade defendida pelo editor-geral do Diário da Manhã, Batista Custódio.

O resultado é que um terço do espaço do jornal é ocupado por opiniões produzidas pelas mais diversas cabeças

pensantes que não têm vínculos trabalhistas com o DM.

Assim, o projeto de opinião demonstra, mais uma vez, que o seu compromisso é com a liberdade.

Cabe apenas a própria sociedade usar o espaço de forma responsável, defendendo ideias e levantando bandeiras.

(Sabrina Ritiely, editora de Opinião Pública)



VOZ DA SOCIEDADE

Esta pesquisa foi realizada com o jornal Diário da Manhã, a fim de verificar o quantitativo de matérias do gênero artigo, partindo de uma nova postura do jornal em se firmar como jornalismo opinativo principalmente a partir da criação do caderno Opinião Pública em janeiro de 2011. A partir de uma pesquisa quantitativa, o que se verifica é a existência de uma grande quantidade de publicação de artigos opinativos produzidos por pessoas da sociedade que desenvolvem uma ideia e

apresentam a sua opinião, mas não a existência de um jornalismo interpretativo que busque mostrar aos leitores o background dos acontecimentos. O critério de análise foi a unidade de medida em centímetro/coluna e o cálculo de porcentagem relativa ao total da superfície impressa na totalidade de edições que compreenderam todos os dias do mês de março de 2011. Foram analisadas as categorias código, função, origem e produção. O objetivo foi a verificação do

espaço que o veículo impresso de comunicação abre para a sociedade, tendo em vista que comumente a mídia funciona como fonte de dados e informações para a sociedade, mas raramente abre espaço para que a sociedade se manifeste. Ao abrir espaço de publicação de ideias de pessoas não pertencentes ao veículo de comunicação, o jornal passa a dar voz à sociedade, um dos princípios de formação da opinião pública.



Simone Antoniacci Tuzzo
Especial para
OPINIÃO PÚBLICA

É inegável o papel relevante da mídia na formação da opinião pública, pelo menos, para grande parte da população. Desde o surgimento da mídia de massa, analistas, estudiosos, pesquisadores se encarregam de estudar os fenômenos midiáticos de recepção e impacto que a TV, o jornal impresso, o rádio e, mais recentemente, a internet desencadeiam na sociedade.

Desde o seu surgimento, a mídia impõe uma estrutura de produção de conteúdos para serem veiculados e distribuídos para a sociedade, fracionada em públicos ou caracterizada como massa. Com isso, criou-se uma sociedade com poucas possibilidades de expressão a partir dos meios de comunicação de massa, ou capaz de criar seus próprios meios de difusão com a alcance que as mídias de massa possuem.

É certo que várias manifestações advindas da sociedade foram sendo criadas nesse processo, como jornais de bairro e rádios comunitárias, para citar as mais comuns, além disso, os meios de comunicação de massa sempre tentaram mostrar aos seus leitores, ouvintes ou telespectadores que eles também estavam dispostos a "ouvi-los" e "dar-lhes voz", criando espaços como a carta do leitor, participação dos ouvintes nas rádios ou a participação em programas de TV, sob o título de ajuda na construção de finais de enredos ou participação na decisão de quem fica ou sai de determinados programas.

Com o advento da internet, esse processo de dar voz à sociedade ficou muito mais aparente e pessoas comuns, externas à produção dos meios de comunicação de massa, passaram a produzir seus próprios conteúdos e verem as suas ideias multiplicadas a números similares ou até superiores a determinados veículos de comunicação legitimados.

Para a construção da opinião pública, o processo de abertura de canais de propagação de conceitos sempre foi ponto determinante para a sua formação, tendo em vista que, sem a possibilidade de manifestação por parte dos receptores, a mídia acaba se tornando uma voz única e de domínio

Ideias e conceitos divergentes à opinião pública, muitas vezes, não conseguem ser expostos à massa, tendo em vista seus articuladores não possuem mecanismos de difusão para toda a sociedade, produzindo uma contraopinião, que também pode ser chamada de opinião não manifestada.

Esta pesquisa foi realizada com um dos principais jornais impressos de Goiânia - Diário da Manhã, com o objetivo de verificar a presença de artigos de opinião publicados pelo jornal, principalmente a partir da criação do caderno Opinião Pública em janeiro de 2011. Com esta criação, o jornal se caracteriza como um veículo que abre mais espaços para que a sociedade possa expressar as suas ideias e opiniões sobre assuntos diversos. Assim, o gênero opinativo é também objeto de estudo desta pesquisa.

Temer (2009, p. 179) destaca que os gêneros podem ser definidos como "categorias de análise a partir das quais podemos agrupar trabalhos semelhantes, tanto visando auxiliar a produção e leitura destes trabalhos, quanto para a análise desse material".

Para este trabalho, foram considerados como gêneros opinativos o editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, carta. Contudo, nem todas as categorias estiveram presentes no jornal.

O método adotado foi o da pesquisa quantitativa, tendo como critério a unidade de medida em centímetro/coluna (cm/col) e o cálculo de porcentagem relativa ao total da superfície impressa na totalidade de edições que compreenderam o período de 01 a 31 de março de 2011. Para a pesquisa, foram analisadas as categorias código (texto, título e ilustração); origem (redação, colaborador); função (opinativa) e produção (matérias assinadas, editorial do jornal). A quantidade de centímetros/coluna dos jornais foi calculada subtraindo os cadernos de classificados.

O caderno Opinião Pública é editado diariamente com 4 páginas. A única exceção durante o mês de março foi o dia 02, quando o caderno foi publicado com 8 páginas, o que representou, inclusive, uma significativa diferença na análise do quantitativo de publicações quanto da produção das tabelas separadas por dia da semana.

O PAPEL DA MÍDIA IMPRESSA

Comumente a imprensa escrita assume a função de suporte para orientar o uso das outras mídias. Embora pareçam isolados uns dos outros, os meios de comunicação formam uma complexa teia que os conecta, o que contribui relevante para a força e representatividade de seus produtos diante da sociedade receptora. A articulação entre os meios permite a legitimação da informação que divulgam.

Poderíamos questionar se na sociedade moderna, com o advento de várias outras mídias eletrônicas e sociais, o jornal impresso ainda seria um veículo forte, de penetração e de sentido para as referências cotidianas. A nossa resposta seria: sim!

Justamente pela sua natureza não efêmera, a imprensa oferece dados e julgamentos que ajudam o consumidor da cultura de massa a tomar decisões cotidianas. Isso significa seleção de informações ou formar opinião sobre os protagonistas dos espetáculos sociais. Apesar de ser restrito ao público leitor de jornais, devemos lembrar que esses meios funcionam como mediadores entre as elites e a sociedade, principalmente através dos líderes de opinião, que influenciavam os grupos minoritários onde estão integrados. Além disso, a imprensa constitui fonte de informação decisiva para alimentar os programas de rádio, permitindo assim que notícias sobre a indústria cultural sejam ampliadas para as camadas que não sabem ler ou que não cultivam a prática da leitura.

Guarechi coloca a questão da comunicação não somente como transmissão de informação, mas também como construção da realidade:

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, imaterial. Uma situação existe, ou deixa de existir, à medida que é comunicada, veiculada. É por isso que a comunicação é duplamente poderosa: tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciadas. (GUARECHI, 1991, p. 14)

Certa vez, o filósofo Aldous Huxley afirmou que "Os fatos não deixam de existir simplesmente por serem ignorados." Se isso é verdade, também não é menos verdade que na sociedade moderna tudo aquilo



que não está na mídia não existe. Nesse sentido, os formadores de opinião, que podem ser, a princípio, qualquer pessoa que pertença à sociedade e que tenha uma liderança junto a um determinado grupo social, se caracterizam como determinantes no processo de transmissão de informação, pois eles serão capazes de adjetivar uma informação, modificando o seu caráter do informativo para o opinativo, muitas vezes, sem que os receptores percebam. Para Tuzzo:

Os formadores de opinião, ou seja, pessoas que têm a oportunidade de expressar publicamente o seu ponto de vista sobre algo. Membros da família como os pais se constituem líderes de opinião, além de artistas, professores, líderes religiosos, atletas, sociais ou líderes de classe, como empresários, advogados, médicos, ou líderes sindicais podem exercer influência sobre aquilo que uma pessoa ou um determinado grupo de pessoas pensa ou deve pensar. (TUZZO, 2005, p. 61)

A diferença é que, quando os líderes de opinião são professores, eles possuem um alcance de voz nas salas de aula e nas reuniões com os colegas de trabalho, quando estamos com formadores de opinião em família, estes possuem uma força diante de seu eixo familiar, mas quando estamos frente a um líder de opinião da mídia este possui uma das maiores preciosidades do mundo moderno que é ter voz. As suas ideias têm um alcance social não necessariamente porque são melhores do que as de outros líderes, mas porque eles possuem forma de disseminação.

Na sociedade moderna, precisamos encontrar o equilíbrio entre ter o que falar e ter como falar, assim

nasce um grande líder de opinião. Nem sempre isso acontece. Às vezes quem tem o que falar não possui o canal e quem não tem nada a dizer possui um canal de disseminação e por isso diz coisas que não são necessariamente as mais adequadas, tampouco as mais importantes.

A opinião pública não é a expressão da massa, mas, a visão daqueles que podem ter expressão na massa. A partir de uma exposição de ideias desses grupos, pela mídia, por exemplo, são extraídas da massa as ideias que ela conseguir articular, e recolocadas na mídia como reafirmação daquilo que grupos minoritários e articulados, inclusive no tocante à política, desejam que se acredite ser a opinião de toda a sociedade.

Os gritantes silêncios da imprensa podem ser mais poderosos do que os gritos isolados de pessoas que não têm canais de propagação de suas ideias.

Assim, ao longo da existência dos meios de comunicação de massa, o que vemos é sempre um conjunto de pessoas que se caracterizam como produtores de informação, produzirem conteúdos para consumo de uma sociedade e não o oposto. Os meios de comunicação de massa produzem informação, entretenimento, programação midiática e os diversos públicos e a massa consomem.

Este trabalho apresenta uma nova visão de participação da sociedade na formação de conteúdos de um dos componentes da mídia de massa, o jornal impresso.

A seguir, serão apresentados os principais dados coletados na pesquisa