



Disseminação de informação para a cidadania no Brasil: uma análise da cobertura das matérias sobre indicadores sociais na mídia impressa

Disseminating information for citizenship development in Brazil: an analysis of the printed media news coverage on social indicators

Verônica Maria SAVIGNANO¹
Paulo de Martino JANNUZZI²

RESUMO

A agenda político-social do Brasil vem merecendo um acompanhamento crescente e sistemático por parte da mídia, segundo revelam a frequência, profundidade e diversidade com que certas temáticas sociais são tratadas nas matérias apresentadas em jornais, rádios, televisão e portais da Internet. Este trabalho procura documentar parte desse processo, apresentando uma análise exploratória quantitativa e qualitativa da cobertura sobre Indicadores Sociais na mídia impressa. Foram coletadas 515 matérias de cinco jornais do estado de São Paulo, classificadas posteriormente segundo temática social e segundo critérios jornalísticos (categoria, existência de elementos gráficos etc). A análise do material revelou que a abordagem dos Indicadores Sociais na mídia é predominantemente informativa, mas a quantidade de matérias interpretativas não é pouco significativa. Também não é raro que figurem em editoriais e em páginas privilegiadas dos jornais. Os gráficos, fotos e tabelas são

¹ Bolsista de Iniciação Científica, Acadêmica do curso de Jornalismo, Pontifícia Universidade Católica de Campinas. E-mail: kalyopebr@hotmail.com

² Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Praça Imaculada, 105, Vila Santa Odila, 13045-901, Campinas, SP, Brasil. Correspondência para/Correspondence to: P.M. JANNUZZI. E-mail: pjannuzzi@puc-campinas.edu.br
Recebido em 23/8 e aceito para publicação em 23/9/2003.

freqüentemente usados como complemento informativo às matérias sobre Indicadores. Pelo que se pôde apreender, parece apropriado afirmar que a imprensa brasileira vem cumprindo suas responsabilidades em um dos aspectos da formação da Cidadania: o de informar o cidadão, de forma mais rica e instrumental, acerca do panorama social de sua cidade e de seu país.

Palavras-chave: disseminação de informação, indicadores sociais, mídia impressa.

ABSTRACT

The Brazilian social policy agenda has been the subject of an increasing and systematic coverage by the media, noticeable by the frequency, depth and diversity in which certain social themes are presented in newspapers, Internet sites, and radio and television broadcasting. This paper aims to register part of this process, presenting a quantitative-qualitative exploratory analysis of the coverage on Social Indicators in the printed media. About 515 articles from five Sao Paulo state's newspapers were collected, and classified according to social topics and journalistic criteria (like informative/investigative nature, existence of graphical elements, etc.). The analysis of the material showed that the coverage of Social Indicators in the media is predominantly informative; however, the amount of interpretative matters was also found significant. Besides, it is not rare that they appear in the newspapers' editorials and privileged pages. The graphs, photos and charts are frequently used as informative complement to the articles on Indicators. As far as apprehended by this analysis, it seems accurate to state that the Brazilian press is accomplishing its duties towards one of the aspects of Citizenship development: to bring to the citizens valuable and instrumental information, concerning their city and country's social panorama.

Key words: information dissemination, social indicators, printed media.

INTRODUÇÃO

Taxa de mortalidade infantil, taxa de analfabetismo, nível de desemprego, grau de indigência e pobreza, Índice de Desenvolvimento Humano são conceitos corriqueiramente citados nos jornais, na mídia eletrônica, nos debates políticos. Cada vez mais observam-se jornalistas, lideranças populares, políticos e a população em geral utilizando-se de Indicadores Sociais para avaliar os avanços ou retrocessos nas condições de vida da população, apontar a eficácia ou ineficácia das políticas públicas, defender suas

posições quanto às prioridades sociais a atender e, enfim, para garantir os direitos básicos de cidadania.

Finalmente, depois de muito tempo confinados às esferas técnicas e acadêmicas, no âmbito dos órgãos de Planejamento Público e universidades, os Indicadores Sociais passaram a integrar o vocabulário corrente dos agentes políticos responsáveis, em última instância, pela definição das prioridades das políticas sociais e alocação dos recursos públicos (JANNUZZI, 2001). Os Indicadores Sociais deixaram de figurar apenas nos diagnósticos e relatórios governa-

mentais ganhando um papel mais relevante nas arenas de discussão político-social da sociedade brasileira nesta virada de século, especialmente nos jornais de grande circulação no país.

Dimensionar e caracterizar esse esforço da mídia em cobrir a temática dos Indicadores Sociais parece, pois, uma questão atual e relevante. Foi nesse sentido que se propôs o desenvolvimento da pesquisa “A informação estatística na Mídia no Brasil: avanços e dificuldades”, com o objetivo de fazer um levantamento exploratório de natureza quanti-qualitativa sobre a cobertura jornalística a respeito dos Indicadores Sociais no país. Interessava ao projeto avaliar a frequência de publicação de matérias sobre a temática, as dimensões sociais privilegiadas, o destaque conferido às notícias nas páginas dos jornais, os recursos gráficos e outras características da abordagem utilizada por alguns dos jornais mais representativos do país.

Mais especificamente, com o objetivo de dimensionar e caracterizar a cobertura jornalística quanto aos Indicadores Sociais, optou-se por acompanhar as edições diárias de cinco jornais paulistas, selecionando matérias que noticiassem ou referenciassem dados, estatísticas e indicadores relacionados às diversas dimensões da realidade social ou das políticas públicas nas áreas de saúde, educação, pobreza, emprego, entre outros. Os indicadores econômicos não foram incluídos, exceto os de inflação, pela relevante influência desse assunto sobre o bem-estar social da população. Os jornais pesquisados foram “O Estado de São Paulo”, “Folha de São Paulo”, “Correio Popular” de Campinas, “Gazeta Mercantil” e “Valor”, acompanhados diariamente durante o período de 1º de outubro até o 31 de dezembro³ de 2001. A amostra de matérias é, portanto, de 3 meses, correspondendo a 515 reportagens. Ainda que a amostra de jornais não contemple outros grandes diários de abrangência nacional – como

O Globo e o Jornal do Brasil, por exemplo, ela apresenta alguma pluralidade ideológica, estilística e de públicos-alvo (diários de orientação mais geral, jornais de natureza econômico-financeira e um jornal local), interessantes para os propósitos do projeto.

A CLASSIFICAÇÃO DAS MATÉRIAS SOBRE INDICADORES SOCIAIS

As matérias selecionadas foram classificadas segundo vários critérios, agrupados em três subconjuntos mais gerais, dispostos no Quadro 1: dados para catalogação das matérias, informações relativas à classificação temática e informações relativas aos critérios jornalísticos propriamente ditos. Para catalogação das matérias jornalísticas registrou-se inicialmente, além do jornal, a data das matérias e a página de sua publicação. O registro da data cumpriu o objetivo de determinar a regularidade com que a temática dos indicadores comparecia nos jornais e identificar uma eventual sazonalidade na cobertura de determinados assuntos ao longo do mês (desemprego, por exemplo). O registro da página da matéria visou avaliar a importância conferida ao assunto na diagramação do jornal, revelada pelo caderno ou página de publicação, já que a disposição das matérias em capas ou em páginas ímpares aponta um destaque maior das mesmas (MARQUES DE MELLO, 1972).

Para classificação temática dos indicadores sociais presentes nas matérias jornalísticas empregaram-se doze categorias mais gerais de informação, baseadas em proposta anterior apresentada em Jannuzzi e Gracioso (2002), tais como: população, trabalho e rendimento, educação, saúde, etc. A cobertura espacial das matérias foi classificada em Mundo, América Latina, Países (inclui a cobertura de um

³ O levantamento não foi realizado em alguns exemplares (15), por não terem sido localizados (problemas na recepção, perdas, etc.).

ou de vários, separados ou em conjunto, sempre que não possam ser incluídos nas duas anteriores), Brasil (como um todo ou dividido em regiões), Estados, Cidades (inclui municípios e regiões metropolitanas).

Com relação aos critérios propriamente jornalísticos, um dos quesitos analisados foi a distinção clássica nos manuais de jornalismo da natureza informativa, explicativa, interpretativa, investigativa ou opinativa das matérias. Agregou-se ainda como uma categoria adicional, o jornalismo literário ou diversional ou *new journalism*, caracterizado por usar recursos próprios da literatura, para fugir da preocupação por uma objetividade pluralista, aprofundando em algum aspecto, quase sempre humano e portanto subjetivo, da realidade, aproximando a notícia ao universo do leitor (MAGALHÃES, 1979; ERBOLATO, 1991).

Também classificaram-se as matérias com relação ao gênero jornalístico, isto é, o tipo de matéria determinado pela categoria de informação, extensão, importância da notícia veiculada e estrutura morfológica do texto. A nota, a notícia e a reportagem distinguem-se pela relevância respectivamente crescente do assunto noticiado, em relação ao público-alvo. Isso reflete-se na extensão da matéria (menor na nota e

maior na reportagem), e na quantidade de perguntas que deve responder. O como e o porquê, assim como declarações textuais, devem aparecer, apenas, na notícia e na reportagem. O editorial, o artigo, o ensaio e a charge pertencem ao gênero opinativo. O primeiro representa o posicionamento da empresa jornalística. O artigo é assinado e expressa a opinião de um especialista ou personalidade. O ensaio, também assinado, faz uma análise mais profunda do assunto, com estrutura e rigor lógicos parecidos aos dos textos científicos. A charge utiliza as imagens para opinar de forma divertida e irônica sobre um assunto. A entrevista dá voz a pessoas destacadas por algum motivo. A lista de gêneros utilizada não é exaustiva nem apresenta as variantes dentro dos próprios gêneros, dadas pela combinação deles com as categorias.

A pluralidade e a diversidade de fontes fazem parte das condições gerais para fazer bom jornalismo, já que contribuem a uma reconstrução mais objetiva dos fatos. Os sistemas de produção de indicadores sociais, mesmo os bem-intencionados e seriamente construídos, não estão isentos de valores e conceitos subjacentes, daí a importância de conferir os dados com outras fontes. As fontes

Quadro 1. Dados e atributos avaliados nas matérias jornalísticas.

Dados para catalogação	Critérios de avaliação jornalística
1. Jornal	7. Categoria
2. Data	8. Gênero
3. Página	9. Público-alvo
	10. Diversidade de fontes
	11. Gráficos/tabelas/fotos
	12. Destaque visual
	13. Motivação da cobertura
Critérios de avaliação temática	Outros
4. Área/ assunto	14. Observações
5. Abrangência	15. Código de classificação
6. Conhecimento técnico	

das matérias foram classificadas como única ou várias (critério quantitativo). Consideraram-se fontes as agências ou pesquisas produtoras de estatísticas, os especialistas consultados para comentar os dados e as pessoas que exemplificam, através de declarações ou histórias de vida, os fenômenos medidos pelos indicadores. Para registrar a diversidade das fontes (critério qualitativo), procurou-se registrar as matérias que ofereciam duas ou mais origens discordantes para uma mesma estatística, assim como em aquelas que utilizam depoimentos de não especialistas (tipo história de vida). Os casos de dados estatísticos sem indicação de fonte também foram sinalizados. Outro trabalho interessante realizado com base nas matérias coletadas foi a identificação e a quantificação de fontes alternativas ou inéditas, às quais a grande imprensa consulta ou dá espaço muito raramente, mas que apresentam medições diferentes e até contrastantes em relação às “oficiais”.

Registrou-se também o uso de elementos não textuais – gráficos, tabelas e fotos- nas matérias de indicadores sociais. Afinal, o gráfico é uma ferramenta para a melhor (ou, raramente, pior) compreensão das cifras comentadas ou para destacar aspectos interpretados pelo jornalista na matéria. A tabela, por outro lado, condensa grande quantidade de dados em uma disposição visual clara, que evita com que o texto fique demasiadamente descritivo e de difícil leitura. As fotos, além de terem um grande valor ilustrativo, podem contribuir para significar o texto, ou seja, para ajudar na interpretação e compreensão dos dados (BARTHES, 1969). Muitas fotos humanizam os números apresentados, mostrando a verdadeira dimensão do problema levantado pelo indicador. Outras podem levar o observador para uma interpretação distorcida dos dados. Incluiu-se uma classificação entre fotografias denotativas – as que simplesmente ilustram o fenômeno – e conotativas – as que outorgam significado e/ou

comovem. Entre as primeiras, estão as fotos dos especialistas consultados, que reforçam a veracidade (“ver para crer” é uma fórmula que funciona no jornalismo gráfico e televisivo). As segundas, geralmente, têm um valor metafórico, sendo que a imagem que captam está significando algo além da própria imagem.

Tanto os gráficos e tabelas quanto as fotos chamam a atenção do leitor, exercendo o poder que a imagem tem no nosso tempo. Nesse sentido, a infografia é um recurso relativamente novo que costuma misturar tabelas ou gráficos com mapas e desenhos ilustrativos, sempre com o intuito de informar e captar a atenção. Finalmente, os recursos gráficos agilizam a diagramação do jornal, fazendo da página do jornal algo mais gostoso de se ler (CENTRO..., 1976).

A análise do destaque visual pretendeu mostrar a importância dada à matéria através do lugar outorgado na página no momento da diagramação do jornal. Uma classificação completa nesse sentido deveria levar em conta mais critérios gráficos. Porém, complementado com o número de página, o destaque visual é uma boa aproximação, suficiente para os objetivos do projeto. Matérias de destaque foram aquelas situadas em zonas óticas atraentes, que seguem o movimento da visão, como a parte superior esquerda e a inferior direita da página de jornal (EDMUND, 1987). Foram classificadas como não privilegiadas aquelas matérias cuja localização não pareceu muito clara. No caso de textos com a manchete claramente destacada e o corpo da matéria parcialmente localizada em zonas sem atração, considerou-se privilegiado o destaque visual.

A motivação da cobertura, critério primeiro definido em termos de universalidade ou atualidade, acabou sendo modificado no decorrer da classificação, como resposta aos problemas que esses conceitos causaram na avaliação das matérias. Os termos mostraram-se ineficazes. Foram finalmente usados os critérios de motiva-

ção externa ou interna à empresa jornalística. A motivação é externa quando os indicadores sociais são noticiados a partir da divulgação da agência produtora de dados – fonte regular- ou de alguma reunião ou congresso – fonte circunstancial. Nas matérias de motivação interna, os próprios jornalistas vão atrás dos dados estatísticos para satisfazer uma necessidade do jornal, quase sempre ligada ao interesse do público-alvo (CENTRO..., 1976). O critério para se decidir por um ou outro tipo foi objetivo, já que consistiu em localizar no texto frases como “pesquisa divulgada ontem pela agência X”. As matérias de motivação interna, além de não incluírem esse tipo de expressão, abordam assuntos “quentes” (atuais) ou “frios” (universais) sob uma visão estatística. Nos textos classificados como “externa”, a notícia é a própria divulgação das estatísticas, ou alguma particularidade dos dados.

ANÁLISE COMPARADA DA COBERTURA PELOS JORNAIS

Considerando que o período de coleta e análise de matérias jornalísticas foi cerca de 90 dias, pode-se dizer que a temática de Indicadores Sociais teve uma cobertura bastante regular na mídia impressa acompanhada (Tabela 1). Afinal, foram publicadas, como já se assinalou, 515 reportagens nos 5 jornais acompanhados, o que resulta em uma média de pelo menos 1 matéria

por dia nos três meses de acompanhamento. Vale observar que o mês de dezembro foi o da divulgação dos resultados definitivos do Censo Demográfico 2000, o que levou a um aumento notável de matérias de indicadores sociais no final do ano, sobretudo nos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo. Nas publicações mais específicas, seja pela abrangência, seja pela orientação econômica, o aumento não é tão evidente.

Em todos os jornais, observou-se de forma predominante matérias sob o tema “trabalho e rendimento” (Tabela 2). As estatísticas desse assunto chegam periodicamente às redações, provenientes de pesquisas como a da Fiesp, do IBGE, da Fundação Seade ou da Fundação Getúlio Vargas. Nos jornais de orientação econômica, o assunto “preços” ocupou o segundo lugar em termos de matérias publicadas. Esse também é um tema que tem estatísticas periodicamente renovadas através das pesquisas do IBGE, da Fipe, do Dieese, da Fundação Getúlio Vargas, do Procon e do Banco Central. O Estado de São Paulo e a Folha de São Paulo, por outro lado, veicularam mais notícias sobre saúde e educação no período. No Correio Popular, refletindo a preocupação local pela “onda de violência” desencadeada pelo então recente assassinato do prefeito da cidade de Campinas, as matérias sobre violência figuraram como o segundo tema mais freqüente⁴. Essas conclusões, interpretadas em termos de

Tabela 1. Distribuição de matérias sobre indicadores sociais segundo meses por jornal. 4º Trimestre de 2001.

Mês	Folha de São Paulo	Estadão	Correio Popular	Valor	Gazeta Mercantil	Total
Outubro	43	33	18	19	17	130
Novembro	35	22	23	18	14	112
Dezembro	104	78	45	22	22	271
Total	182	133	86	59	53	513

Nota: Em duas matérias não foi possível localizar a data.

⁴ O jornal chegou a fazer acompanhamento diário dos registros de homicídios da Polícia Civil.

motivação da cobertura jornalística, mostram que predomina a motivação externa (divulgação de pesquisas realizadas por agências especializadas).

Refletindo a estratégia de comercialização da grande mídia predominaram as matérias com indicadores de abrangência nacional⁵. Entre os países estrangeiros, os mais noticiados foram os Estados Unidos, a Argentina, o Japão e os da União Européia como um todo, mas sempre com frequência baixa (10 aparições no máximo) e ligados a indicadores de desemprego e renda (área 2 da tabela de assuntos).

A abordagem dos indicadores sociais é predominantemente informativa (Tabela 3). Porém, a quantidade de matérias interpretativas

registradas não é desprezível, o que mostra uma tentativa de contextualizar as matérias nas grandes questões das Políticas Públicas no País. Em relação à categoria opinativa, deve considerar-se que ela sempre ocupa poucas páginas dos jornais, basicamente as primeiras. Os indicadores sociais, portanto, têm chegado aos editoriais e artigos assinados, se bem que com discrição. Destaca-se, nesse sentido, o Estadão. No caso dos jornais Valor e Gazeta Mercantil, onde assuntos como trabalho, rendimento e preços se adaptam perfeitamente à orientação das publicações, as matérias de caráter opinativo têm presença mais freqüente no jornal. O jornalismo literário, recurso útil para a abordagem de matérias com conteúdo social,

Tabela 2. Distribuição das matérias segundo temáticas sociais por jornal (em %). 4º Trimestre de 2001.

Tema	Folha de São Paulo	Estadão	Correio Popular	Valor	Gazeta Mercantil
População	14,2	22,5	13,9	11,6	7,5
Trabalho e rendimento	32,4	27,0	26,7	50,0	45,0
Educação	20,3	26,3	13,9	13,3	9,4
Saúde	24,1	23,3	17,4	5,0	1,8
Habitação e serviços	9,3	11,2	4,6	6,6	-
Violência	13,7	8,2	24,4	3,3	-
Preços	6,0	9,7	11,6	36,6	43,3
Administração Pública	0,5	-	-	-	1,8
Problemática infantil	1,0	0,7	2,3	-	-
Problemática racial	3,2	-	-	-	-

Nota: As colunas não totalizam 100%, pois uma reportagem pode ter sido classificada em mais de um tema.

Tabela 3. Distribuição das matérias segundo categorias jornalísticas por jornal (%). 4º Trimestre de 2001.

Categoria	Folha de São Paulo	Estadão	Correio Popular	Valor	Gazeta Mercantil
Informativa	54,9	52,6	55,8	55,9	64,1
Interpretativa	35,1	27,7	40,6	35,5	28,3
Opinativa	3,8	12,0	2,3	8,4	5,6
Literária	3,8	6,0	1,1	1,6	1,8
Não classificada	2,4	2,4	0,2	-	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

⁵ No Correio Popular e Folha Campinas havia, naturalmente, matérias referidas à cidade de Campinas.

mostra-se presente, mas ainda incipiente na amostra de matérias analisadas.

A análise dos gêneros jornalísticos, em algum sentido, corrobora as observações acima. As matérias, do gênero reportagem, encontradas, podem ser classificadas dentro das categorias informativa, interpretativa e literária, sendo que predomina a reportagem informativa em todos os jornais (Tabela 4). Por outro lado, o peso das notícias em relação aos outros gêneros tem a ver com a veiculação de resultados de pesquisas periódicas, muitas vezes apresentados de maneira enxuta e sem contextualização. As estatísticas de trabalho, rendimento e de preços são um bom exemplo disso. Matérias que abordam essas temáticas tendem a ser tratadas na forma de notícia, isto é, de forma informativa e curta. Percebe-se também que a importância do gênero opinativo no Estado de São Paulo se explica pelo peso dos editoriais em relação aos outros jornais, enquanto no Valor e na Gazeta são os artigos de especialistas os que compõem a categoria opinativa.

Os gráficos aparecem como o recurso mais usado, não apenas pelos jornais de orientação econômica, como seria lógico pensar, mas também pela Folha e pelo Estadão (Tabela 5). Curiosamente, as tabelas são usadas com menos frequência pelos jornais econômicos. Vale destacar o peso das fotos conotativas em relação às denotativas na Folha e no Estado de São Paulo. Geralmente, este tipo de foto reflete um tratamento mais humano e subjetivo da informação analógica, comparável com o jornalismo literário na parte digital do jornal. A Gazeta Mercantil é uma publicação sem fotografias. Ela se utiliza de desenhos para mostrar os rostos de alguns jornalistas e especialistas.

Em relação à quantidade de fontes, predomina o padrão de consulta a dados estatísticos de agências públicas (IBGE, Seade, etc.) e opinião de um especialista. Exceto na Gazeta Mercantil, onde predominam as matérias com apenas uma fonte citada, nos outros jornais a maioria das matérias cita duas fontes. Os provedores de dados estatísticos e os espe-

Tabela 4. Distribuição das matérias segundo gêneros por jornal (%). 4º Trimestre de 2001.

Gêneros	Folha de São Paulo	Estadão	Correio Popular	Valor	Gazeta Mercantil
Reportagem	75,2	73,6	69,7	62,7	62,2
Notícia	17,0	11,2	24,4	11,8	22,6
Nota	1,6	2,2	3,4	15,2	7,5
Artigo	2,7	4,5	-	8,4	5,6
Editorial	1,0	6,7	1,1	-	-
Charge	-	-	1,1	-	-
Entrevista	-	-	-	3,3	1,8
Não Classificada	2,5	1,8	0,3	-	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabela 5. Presença de elementos gráficos nas matérias (% - múltipla resposta). 4º Trimestre de 2001.

Elementos gráficos	Folha de São Paulo	Estadão	Correio Popular	Valor	Gazeta Mercantil
Gráficos	30,2	27,8	3,4	26,6	39,6
Tabelas	14,2	15,0	16,2	10,0	5,6
Fotos denotativas	17,0	9,7	32,5	6,6	-
Fotos conotativas	15,3	9,0	8,1	1,6	-

cialistas consultados pelos jornais geralmente não variam. São as grandes agências, seus especialistas, e alguns professores universitários que conhecem bem o assunto. As pessoas consultadas, repetem-se bastante. Porém, existem exceções, e de vez em quando as pesquisas de professores/pesquisadores/núcleos de estudo, de ONG's ou dos próprios jornais (caso Datafolha) substituem ou contestam os dados das grandes agências. A Folha de São Paulo e O Estadão se destacam no uso de histórias de vida resumidas para ilustrar os dados estatísticos. Esse recurso geralmente aparece inserido em matérias informativas ou interpretativas.

A análise do destaque visual das matérias abrangeu os critérios de página par/ímpar, capa e zona visual na página. Os resultados mostraram 75 matérias de capa no total. A Folha de São Paulo foi o jornal com mais matérias de indicadores sociais na capa em relação ao total, seguido pelo Correio Popular, a Gazeta Mercantil, o jornal Valor e o Estado de São Paulo. A disposição das matérias em páginas pares (não privilegiadas) ou ímpares (visualmente privilegiadas), mostrou quantidades parecidas em todos os jornais, com oscilações pequenas favorecendo uma ou outra disposição. Todos os jornais colocaram a maioria das matérias de indicadores sociais em zonas visuais privilegiadas da página. No total, foram 278 matérias nessa situação, e 183 em espaços não privilegiados.

REFERÊNCIAS

AMARAL, L. *Técnica de jornal e periódico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969. p.112-113.

BARTHES, R. A mensagem fotográfica. *Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Saga, 1969. p. 301-314.

CENTRO INTERAMERICANO PARA LA PRODUCCIÓN DE MATERIAL EDUCATIVO Y CIENTIFICO PARA LA PRENSA. Organização dos Estados Americanos. *Periodismo educativo y científico*. Quito (Ecuador): Época, 1976. 205p.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como mostrou o levantamento aqui apresentado, os Indicadores Sociais têm um espaço importante na cobertura jornalística brasileira. Sua presença é quase diária na Folha e no Estadão, e pelo menos semanal nos diários econômicos como Gazeta e Valor. A abordagem dos Indicadores Sociais na mídia é predominantemente informativa, mas a quantidade de matérias interpretativas é bastante significativa. Também não é raro que figurem em editoriais e em páginas privilegiadas dos jornais. Os gráficos, fotos e tabelas são freqüentemente usados como complemento informativo às matérias sobre Indicadores.

Há certamente muito por fazer, a fim de que a motivação da cobertura origine-se menos pela oferta da informação pelas agências, institutos e pesquisadores, e mais pela própria pauta de interesse dos jornais. Porém, pelas indicações as quais puderam identificar-se nesse trabalho com as limitações de representatividade da amostra de jornais e exigüidade do período acompanhado não parece ser impróprio afirmar que a imprensa brasileira vem cumprindo suas responsabilidades em um dos aspectos da formação da Cidadania: o de informar – de forma mais rica e instrumental o cidadão, acerca do panorama social de sua cidade e de seu País.

EDMUND, A. Tipografia y diagramado para periódicos. In: COLLARO, A.C. *Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação*. São Paulo: Summus, 1987. 107p.

ERBOLATO, M.L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo: Ática, 1991. p. 30-65.

JANNUZZI, P.M.; GRACIOSO, L. A produção e a disseminação da informação estatística pelas agências estaduais no Brasil. *Revista São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v.16, n.3, p.92-103, 2002.

JANNUZZI, P.M. *Indicadores Sociais no Brasil: conceitos, fontes de dados e aplicações*. Campinas: Alínea, 2001. 141p.

MAGALHÃES, M.V. *Produção e difusão da notícia*. São Paulo: Atlas, 1979. p.49.

MARQUES DE MELO, J. *Estudos de jornalismo comparado*. São Paulo: Pioneira, 1972. 260p.

SAVIGNANO, V. *Análise comparada da cobertura de indicadores sociais na mídia brasileira*. Monografia classificada no V Prêmio INICIACOM de trabalhos de Iniciação Científica em Comunicação Social, Salvador, 2002. (Relatório de Pesquisa). 12p.