Sigraf ABIGRAF RIO DE JANEIRO Fundação Gutenberg de Artes Gráficas SINDICATO FILIADO AO: Sistema FIRJAN INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.
CIRCULAR DO SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS DO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO WWW.SIGRAF.ORG.BR

Rio de Janeiro, 07 de fevereiro de 2018.
Circular SIGRAF nº 015/2018.
Assunto: Guardem os jornais depois de lidos. Eles valem dinheiro!

Prezado Associado,

Transcrevemos abaixo, matéria extraída do Jornal Expresso:

Mais do que um apelo, era uma ordem, uma interpelação aos leitores: “Guardem os jornais depois de lidos!”, que os tempos são de crise e a guerra que atravessa a Europa provoca escassez de comida, medicamentos e matérias-primas. Há falta de géneros alimentícios em Lisboa, e os que existem estão a preços que ninguém pode pagar: o pão de que os portugueses tanto gostam aumentou 200%, a farinha 400%, os ovos 130%.

O papel de jornal, que antes da I Guerra Mundial, custava oito centavos por quilo, já está nos 50. A nossa viagem transporta-nos ao mês de janeiro de 1918, quando passaram pouco mais de três anos desde o início do conflito e a participação do nosso país na beligerância tem menos de dois. Os jornais são o único meio de informação disponível para os portugueses e restantes povos europeus saberem novas sobre os avanços das tropas aliadas e inimigas.

A rádio só surgirá na década seguinte, e as comunicações por telefone são caras e inacessíveis às famílias que têm militares em combate nesta guerra, que irá fazer mais de dois milhões de mortos.

Numa operação que atualmente seria vista como uma excelente campanha de marketing, o “Diário de Notícias” apelou aos leitores para pouparem o que “dantes se desprezava”.

Oito anos antes de o “Diário de Notícias” anunciar o serviço de recompra de jornais usados, “cada conversação telefónica de cinco minutos” dentro da cidade de Lisboa custava “1 tostão,

ou seja, dez vezes o preço de um jornal diário", que era de 1 centavo, refere Júlia Leitão de Barros na sua tese de doutoramento, "O Jornalismo Político Republicano Radical".

A edição matutina de "O Século" custava 1 centavo [10 réis] desde a sua fundação, tal como acontecia com o "Diário de Notícias" e outros quotidianos. Mas, em 1916, ano em que Portugal entrou na Grande Guerra, os preços subiram todos em flecha, e os jornais mais frágeis ou com menos apoios partidários acompanharam a tendência.

"A Capital" e muitos outros títulos duplicaram o preço, para 2 centavos, no dia 1 de fevereiro, depois da crise do papel ter sido manchete em todos os jornais. A edição vespertina de "O Século" acompanhou esta tendência.

A preços atuais, matutinos como "O Mundo", "O Século" e "Diário de Notícias" − que continuaram a ser vendidos a 1 centavo em 1916 − custariam 15 cêntimos atualmente, depois de aplicado o coeficiente de desvalorização, enquanto a edição vespertina de "O Século" ou "A Capital" e outros títulos que aumentaram o preço para 2 centavos, já valeriam 30 cêntimos.

Portugal entrou na verdadeira época mediática, meio século antes, com a fundação do "Diário de Notícias", em 1865. Para o investigador Luís Costa Dias, o aparecimento de O Século, em 1881, foi outro elemento decisivo para este "processo de massificação mediática". É a época em que surgem os jornais-empresas que se apoiam na angariação de publicidade para viverem, e garantirem informação independente e variada aos leitores.

O jornal moderno "não pode ser o órgão de um partido", afirmava O Século no 1º dia de janeiro de 1917, época em que o jornal já tinha duas edições diárias.

Os jornais eram um organizador social, um diferenciador e um motivo de encontro: quem não sabia ler frequentava locais públicos ou casas de conhecidos onde se faziam leituras em voz alta. Na província, onde os jornais chegavam normalmente pela rede de assinaturas, era normal a mesma pessoa, se tivesse posses, assinar mais do que um título; como era usual as coletividades ou algumas casas particulares abrirem portas para a leitura em voz alta ao serão.

Em 1916, os jornais de Lisboa imprimiam "cerca de 300 mil exemplares por dia. Se se pensar que o país tinha, nesta altura, cerca de cinco milhões de habitantes, dos quais apenas um quarto sabia ler, que em Lisboa vivia meio milhão de pessoas, e considerando que cada exemplar de jornal era presumivelmente lido por mais de um leitor, pode concluir-se, sem exagero, que a imprensa fazia parte do quotidiano de praticamente todas as pessoas que sabiam ler", escreveu Luís Trindade num capítulo de "A crise do Liberalismo", editado pela Objetiva.

Enquanto locais de trabalho, os jornais garantiam a subsistência de milhares e milhares de famílias em todo o continente. Só em Portugal, o diário republicano "O Século" − o primeiro a usar imagens na imprensa nacional − garantia o pão a 2500 famílias, que iam de jornalistas a tipógrafos, de angariadores de anúncios a ardinas, entre tantas outras funções que a cadeia de produção exigia. O Século detinha outras publicações, como a revista "Ilustração Portuguesa", e tinha duas edições diárias, uma matutina e outra vespertina.

A crise do papel atravessava toda a Europa, e tinha um impacto dramático em termos políticos e sociais. É neste contexto de luta pela sobrevivência que o Diário de Notícias 'maquina' a estratégia da recompra, quando anuncia o aumento de 1 para 2 centavos.

A inflação nesses anos foi brutal, como se constata pelos coeficientes de desvalorização da moeda que todos os anos são publicados em Diário da República: 3035,6 para 1916, 2423,39 para 1917 e 1729,02 para 1918. Recorde-se ainda que o escudo − moeda legalmente instituída em maio de 1911 − se dividia em cem partes iguais, denominadas centavos. Cada centavo valia dez réis e assim 20$00 eram 20 mil réis (a transição do réis para o escudo fez permanecer referências à moeda da monarquia durante décadas); um tostão eram 10 centavos... um vintém, dois centavos.

Era imperativo manter leitores ou perder o menor número possível de compradores: “Os leitores do Diário de Notícias, que sejam poupados e que desejem minorar o prejuízo causado pelo aumento desta folha guardem, portanto, os jornais depois de lidos, e não os deteriorarem nem percam, porque, depois descontado o preço por que os venderem, fica-lhes afinal cada exemplar de 4 páginas a 15 réis, pouco mais ou menos”.

De fevereiro de 1918 em diante, é a própria empresa do Diário de Notícias quem pagará “aos leitores habituais desta folha os exemplares publicados à razão de 800 réis [80 centavos] cada 5 kilos (quantidade mínima)” ou 2$500 cada arroba [15 quilos]. O jornal estabeleceu assim um ‘contrato’ implícito com os seus compradores de forma a tornar mais suave o aumento para 2 centavos da edição diário deste matutino.

CINCO HORAS PARA FAZER UM JORNAL, 40 MINUTOS PARA O LER.

“Eis a traços largos como o leitor compra, por dez réis, um jornal que apresenta 40 minutos de leitura interessante, elaborada em cinco horas, impresso em três segundos, que custa à administração só em duas verbas, mais de metade do seu valor, isto é três réis para o vendedor, quase três para o papel, ficando por acudir quase todas as outras despesas forçadas: pessoal da redação, administrativo, tipográfico e impressor, máquina, renda de casa e outras verbas obrigatórias, menos de cinco réis por cada exemplar. Hão-de convir que não é caro”, escreveu o jornalista Eduardo de Noronha no livro “Vinte e cinco anos nos bastidores da Política”, publicado em 1913.

Certo é que o peso do papel no custo final da edição era muito maior nessa época do que atualmente. A Associação Portuguesa de Imprensa disse ao Expresso que estima em 20% do custo total as verbas destinadas a papel e impressão.

Os dois grandes diários da capital eram os preferidos dos leitores; a publicidade não era alheia a esta preferência e os pequenos anúncios que publicavam funcionavam como uma espécie de serviço ao leitor, já que tudo o que era necessário saber estava anunciado no jornal. Tanto o Diário de Notícias como O Século “eram estruturas empresariais que se distinguiam por fazer um jornalismo diverso dos seus parceiros, um jornalismo informativo em vez de um jornalismo de opinião”, refere Júlia Leitão de Barros na sua tese de doutoramento.

Só que opinião e informação não tinham exatamente o mesmo significado mediático que lhe damos hoje, e isso explica “a razão que levava a classe média e alta a comprar ou assinar mais do que um jornal”, diz Barros ao Expresso: era preciso ler vários periódicos, de várias correntes, para saber o que se passava.

A “vertente financeira é uma das facetas mais obscuras da vida dos jornais” nas últimas décadas do século XIX, primeiras do século XX, como refere Júlia Leitão de Barros na sua tese de doutoramento. Mas, “ao contrário de outros aspetos da atividade do jornal, dispomos de informações sobre publicidade”, nos primeiros anos do século XX; e o “pequeno anúncio barato (20 réis a linha) ajudaria ao constante crescimento de anunciantes de uma média diária de 48, em 1865, para 707 em 1913”, acrescenta Barros.

O Século foi o primeiro jornal português a abrir uma delegação no estrangeiro. Em 1913, Paris era quase o centro do mundo, e a Rue des Capoucines foi o local escolhido para esta aventura na internacionalização de um órgão de comunicação português.

A “agência”, dirigida pelo jornalista Paulo Osório, “terá minuciosa e escrupulosamente organizado um serviço completo de informações para ser útil não apenas aos portugueses que visitam a França, mas a todos os nossos comerciantes e industriais que procurem divulgar no estrangeiro os seus produtos e a todos os comerciantes e industriais Franceses a quem a propaganda no nosso país possa convir”.

Na delegação de O Século, os “portugueses de passagem em Paris encontrarão o meio mais económico e mais cômodo de se instalar em hotéis confortáveis pelos preços mais módicos, em frequentar os teatros, em fazer excursões, em comprar nos melhores estabelecimentos em

condições excecionalmente vantajosas, dadas as reduções de preços que conseguimos obter-lhes", lia-se numa das edições de novembro da revista Ilustração Portuguesa, um magazine com dez anos de publicação.

Aquilo que hoje chamaríamos o grupo editorial O Século editou a revista Ilustração Portugueza entre o final de 1903 e 1924. Em 1913, quando o grande diário lisboeta abriu a sua delegação em Paris, a revista vivia uma boa fase. "O império d' O Século no seu conjunto (muito particularmente a Illustração Portugueza, que aqui importa destacar), contribuiu como nenhum outro jornal ou grupo jornalístico para o crescimento e a afirmação da profissão de jornalista e da autonomia do género jornalístico", escreve Luís Costa Dias no artigo "Personagens inventadas: jornalismo e ficção na I Grande Guerra mediática (1914-1918)", a publicar na revista Mediapolis.

O início da I Guerra Mundial teve consequências na vida dos jornais: se, por um lado, fez com que a informação fosse um bem muito mais necessário, por outro, determinou o aumento e escassez das matérias primas necessárias à vida dos jornais como o papel e o zinco, usado para a fotogravura.

Antes da guerra, era não era difícil criar um jornal diário; bastavam "recursos humanos e financeiros, relativamente escassos. Difícil era mantê-lo", escreve Júlia Leitão de Barros na sua tese: "As conjunturas políticas mais conflituosas podiam ajudar a reunir o capital inicial e redações voluntariosas. Alguns jornais contavam, na sua fase de arranque, com custo zero para o trabalho redatorial".

O início da I Guerra ditaria uma escalada de preços em toda a Europa. A censura também se faria sentir neste período, deixando inúmeros espaços em branco nas páginas dos jornais e títulos suspensos por tempo indeterminado. Mas, mesmo depois de lidos, os jornais continuaram a ter valor incorporado. De outra forma, não teria sido possível recordarmos a crise do papel em tempos de guerra, nem recuperarmos estas páginas.

Atenciosamente,
Sistema SIGRAF / ABIGRAF-RJ

Informamos que nossas circulares são publicadas diariamente no site: www.sigraf.org.br

Imprima este e-mail sem culpa.
O papel é biodegradável, renovável e provém de florestas plantadas.
Estas florestas são lavouras que dão emprego a milhares de brasileiros
e as árvores plantadas combatem o efeito estufa, pois absorvem gás
carbônico durante o seu crescimento. Imprimir é dar vida.