

A INFLUÊNCIA DAS CHUVAS NA CIRCULAÇÃO DOS JORNAIS DE MANAUS

Gilson Monteiro

Professor da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), mestre (FEA-USP) e doutor (ECA-USP).
Autor do livro “(Des)vantagem competitiva e (In)diferenciação estratégica”
(São Paulo: Edicon, 1999), dentre outros.

RESUMO

Este artigo é a síntese de um dos capítulos da tese “Por um clique: o desafio das empresas jornalísticas tradicionais no mercado da informação – Um estudo sobre o posicionamento das empresas jornalísticas e a prática do jornalismo em redes, em Manaus”, defendida em março de 2003, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. O capítulo foi acrescentado à tese por se tratar de uma descoberta de pesquisa das mais interessantes: as chuvas chegam a provocar a diminuição de até 40% na circulação dos jornais.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo, marketing em jornalismo, logística.

ABSTRACT

This article is the synthesis of the one of the chapters of the thesis “For a click: the challenge of the traditional journalistic companies in the information market – A study about journalistic companies position and journalism practice the practice of the journalism in nets, in Manaus”, it was defended in March of 2003, in the Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. The chapter was increased to the thesis because it deals about the most interesting research discovery: the rains get to tempt the decrease up to 40% in the circulation of the newspapers.

KEYWORDS: journalism, marketing in journalism, logistics.

1 INTRODUÇÃO

A logística, estrutura básica que garante a circulação de jornais, no Amazonas, é mais complicada que em qualquer outra região do País. O ciclo das águas é determinante para garantir uma estrutura de transporte mais eficiente ao homem da Amazônia. A água é de suma importância, não apenas como elemento essencial à vida. No Amazonas, a água é parte da vida não apenas como alimento. A função do rio, por exemplo, não é apenas garantir a sobrevivência do Amazonas, através da pesca, mas, sobretudo, interligar-se numa malha de transporte, se não rápida, mas eficiente, pois interliga todos os 62 municípios do Estado. Mas, qual a relação dos rios, das águas, com a circulação de jornais em Manaus e no Amazonas?

Por se tratar de um produto perecível, cuja durabilidade máxima é de 24h, o jornal não se beneficia muito da malha fluvial do Amazonas. A distribuição de jornais, basicamente, é feita aos municípios que possuem acesso através de transporte terrestre ou aéreo. Dessa forma, as empresas jornalísticas pouco podem se beneficiar do navio, por exemplo, considerado por Samuel Benchimol (1995), de importância tão ímpar que o homem do Norte, talvez, seja incapaz de viver sem ele: *“Navio é como gente. Tem nome, número e domicílio. Sendo como gente, navio tem também vida, com direito a batismo, padrinho, enredo, romance e drama. E mais: como ‘persona nauta’ é valente nas tormentas e procelas, prudente nas águas fundas e mansas para ter direito a ventos favoráveis, bom destino e porto seguro. Dependendo do tamanho e das acomodações, qualifica-se segundo a sua classe, uso e destino, longo curso, cabotagem, navegação lacustre e fluvial”*.

Benchimol (1977) chama a atenção para o regime de enchente e vazantes, conhecido na região como “regime das águas”, que determina, basicamente, a ocupação das áreas e o trabalho desenvolvido pelo homem amazônico. O que o autor não vislumbrou à época, e nem poderia, era que o regime das águas, que tem relação com as épocas de chuvas e secas na região, também teria influência na atividade empresarial jornalística na região. Para ele, o homem da região *“aproveita e se acomoda à falta de um equipamento cultural civilizador, ou de uma técnica adiantada de exploração ou de economia para reagir às sugestões e imposições do meio”*.

No caso das empresas jornalísticas, ainda que haja técnicas avançadas de análise e observações climáticas, o regime das águas é fator determinante na circulação de jornais: enquanto uma das empresas jornalísticas de Manaus usa um software interconectado ao Instituto Nacional de Meteorologia (INMET) para determinar a diminuição ou não do número de jornais que vai para as ruas, em outra empresa, o responsável pela circulação “olha para cima”, na noite anterior, e sabe se vai chover ou não no dia seguinte.

2 A CULTURA DA PREVISÃO DO TEMPO

Aos olhos de quem vive fora da região, prever o tempo apenas ao olhar para as nuvens pode parecer absurdo. No entanto, há uma explicação sociológico-cultural para esse tipo de comportamento na Amazônia. Benchimol (1977, p.88) reitera que para conhecer o caboclo “é preciso ter uma íntima associação com sua cultura, morar na sua casa, dormir em sua rede, dançar nas suas festas, ver o seu trabalho, respirar o mesmo ar, comer da sua cozinha e até amar as suas garotas”.

Com esse tipo de vivência, o caboclo que mora no Amazonas torna-se capaz até de conhecer o comportamento do clima na região. Assim, sabe que de julho a dezembro é a época de vazante do rio. E em época de vazante do rio, é, também, a época do verão amazônico. Logicamente, na época do verão, as chuvas são mínimas. Ora, quando o tempo muda, na época do verão, na noite anterior, é possível que se acerte se vai chover ou não no dia seguinte. No entanto, essa não é uma verdade absoluta. Pode-se afirmar, porém, que o homem amazônico tem consciência da importância de se conhecer o ciclo das águas para a economia do Amazonas. Benchimol (1995, p.71) diz que o ciclo das águas determina até questões ligadas ao vocabulário: *“O ciclo geográfico que o rio atravessa, marcado pelo nível das águas, repiquetes, enchentes, alagações, vazantes: água-nova, meia água, água-curta, água-seca influencia e transforma o comportamento de todas as atividades da hinterlândia. Não só do homem do interior, a cidade também a ela está sujeita quando sente a falta da água na torneira, porque o rio ficou abaixo da tomada da água do bombeamento, ou porque a chuva e a cheia alargaram o igarapé e encharcaram as suas casas, desabaram o barranco e as enxurradas afundaram o leito das suas ruas e becos”*.

Ele continua: *“A própria terra arranhou uma nomenclatura que se acomoda a esse regime: várzea e igapós, terra inundada, tesa e terra firme. O próprio rio, também, participa dessa toponímia: altos, médios e baixos-rios a denunciar o nível da terra em função da altura e do alcance das grandes cheias e das praias das longas secas de verão. ‘Águas de março’, ‘abril-chuvas mil’, agosto, mês de calorão e desgosto”*.

3 A CHUVA COMO PROTAGONISTA DA NOTÍCIA

No Amazonas, o ciclo das águas determina o que se vai plantar, o que se vai comer e os trabalhos que podem ser feitos. A chuva, em Manaus, tem tanta importância e influencia sobremaneira o comportamento dos habitantes da cidade que se transformar em notícia, ainda que seja amena. No dia 21 de outubro de 2002, por exemplo, na coluna Sim e Não, o jornal *A Crítica* publicou a nota "Chuva e paz" que dizia: *"O fim de semana em Manaus foi marcado pela chuva intermitente e clima ameno. Poucas pessoas se aventuraram a sair de casa, temendo os humores do clima. A solidão das ruas trouxe paz para a cidade. A não ser por um ou outro caso fortuito, reinou a tranqüilidade. Em dez delegacias de polícia ouvidas pela reportagem de A Crítica, a resposta era a mesma: "Tá tudo tranqüilo. É por causa da chuva. Parodiando o célebre poema de Thiago de Melo, podemos dizer: 'Faz chuva, mas eu canto'".*

Como se percebe pela nota, a chuva interfere até nas ações dos marginais quanto mais na circulação de jornais. No dia 25 de outubro de 2002, nova nota sobre a chuva. Dessa vez, porém, com um título diferente: "Chuva e frio". No dia 16 de novembro de 2002, outra vez a chuva é a principal fonte da notícia. Dessa vez, em uma matéria publicada na página de "Cidades", cujo título era "Feriado com chuva desanima manauenses". O curioso é que a matéria registra "A forte chuva que atingiu Manaus..." e "O céu nublado e a chuva deixou..." mas a fotografia é de mulheres tomando banho de sol.

4 A CHUVA E A CIRCULAÇÃO DOS JORNAIS

Como se vê, a chuva é de suma importância para o jornalismo em

Manaus, até como fonte de "abastecimento" de uma coluna diária. Curiosamente, porém, nunca se estudou ou se ensinou, nos cursos de Comunicação Social, em Manaus, que o ciclo das águas também determina a quantidade de jornais que vai circular no dia seguinte. Esse fato revelou-se uma importante descoberta de pesquisa.

O gerente de circulação do jornal *A Crítica*, Herval Tapajós Folhadela (2002), revela que a empresa não possui nenhum tipo de software para gerenciar a previsão do tempo, mas diz que todo dia verifica qual é a previsão do tempo para o dia seguinte: *"Por exemplo, nessa época, nem tanto, porque essa época é verão, então, praticamente, até agora não teve nenhum dia de chuva. Então, eu não me preocupo muito com isso nessa época. Agora naquela época ali, de Abril, Junho, que é o período de chuva, aí sim, você trabalha a tiragem. Não adianta você colocar o jornal na rua em dia de chuva que você sabe que esse jornal vai voltar de encalhe".*

Para Folhadela, o jornal, em dias de chuvas, aumenta o encalhe independentemente da manchete. Ele explica o procedimento nos dias de chuva: *"Você vai e diminui um pouco. Agora, lógico que é muito difícil você ter um acompanhamento correto, às vezes a previsão é de chuva amanhã, mas isso não quer dizer que vai chover de manhã. E a força da venda do jornal é justamente de 6h às 10h da manhã. É nesse período que você vende jornal. É lógico que tem banca que fica até 10h, meia-noite e você vai deixar o teu jornal lá também".*

Em *A Crítica*, nos dias normais, o encalhe é de 7 a 8%. "O ideal é que dê sempre menos de 9%. Eu trabalho com um encalhe, eu como Gerente, Herval, trabalho

em torno de 7 a 8%. Mas o ideal, para qualquer circulação do Brasil, é que você trabalhe com 9%". O gerente de circulação diz que alcança esse objetivo, nem que para isso tenha que trabalhar o encalhe nos outros dias. "Lógico que tem aquele dia, por exemplo, que choveu. Aí o encalhe vai dar 15%, 16%. Aí, nos outros dias, eu vou ter que trabalhar o encalhe, que a gente chama de trabalhar o encalhe para reduzir. Reduzir para a média geral do mês".

Em outro momento, Folhadela reduziu para 10% o encalhe nos dias de chuva. "Por exemplo, a nossa tiragem é 27 mil, eu vou tirar uma base de 3 mil jornais. Lógico que a assinatura é fixa. A assinatura são 7 mil fixos. Mas eu fico trabalhando nesse percentual, 10%, pela pouca experiência que eu tenho, é o ideal". O jornal *A Crítica* não possui um software de gerenciamento das chuvas, mas tem um software próprio de acompanhamento da circulação, que auxilia nas tomadas de decisões relacionadas à diminuição do número de jornais que irá circular, em função das chuvas. Folhadela não faz um acompanhamento detalhado do clima. Ele explica: *"O que eu estou fazendo é justamente assim. O sistema GEAC proporcionou, aqui para a Gerência de Circulação, buscar como foi o mês de março de 2001. Aí eu vou pegar aquele mapa e vou verificar quantos dias no mês de março choveu. É mais ou menos esse acompanhamento que nós temos hoje. Agora, um acompanhamento assim mais detalhado fica mesmo só em torno da previsão do tempo, se vai chover, se não vai".*

Folhadela diz que o ideal seria a empresa possuir um software de gerenciamento do clima:

"É o ideal. Isso aí seria o ideal. Porque você evita estragar papel, ainda mais que o papel é em dólar, então, quanto mais encalhe

voltar para dentro da empresa é porque você está estragando papel. Esse é o papel principal do gerente de circulação: é controlar o encalhe. Tentar vender a maior quantidade possível de jornais, na rua, mas não perder de foco o encalhe”.

O jornal *Amazonas em Tempo* também não possui um software para gerenciar a questão climática, ou seja, da previsão do tempo. O Supervisor de Circulação do jornal, Aderaldo Vasconcelos Ferreira (2002), revela que o gerenciamento foi todo programado por ele. “É porque a minha área é processamento de dados. Então, eu tenho o meu sistema. Então, eu controlo tudo. É meu. Eu criei o software: tem planilha, tudo, gráfico. Antes disso aqui não era informatizado. Eu informatizei tudinho”.

O controle da chuva não é feito através de nenhum software nem com base em nenhum convênio com instituto. É feito somente com base nos conhecimentos do próprio Supervisor de Circulação do jornal. É “na minha tese mesmo. Porque eu já conheço o tempo. Por exemplo, aqui, Gilson, só para te dizer, à noite, a gente olha para o céu e já sabe quando vai chover, quando não vai. Você, já acostumado aqui, trabalho, aquela rotina de trabalho, já conhece”. Ele revelou que quando sabe que em um bairro está chovendo, transfere a circulação de jornais para outros bairros.

Nos dias normais, o encalhe do jornal *Amazonas em Tempo* varia de 28 a 30%. Nos dias de chuva, a circulação diminui entre 12 e 15%. Ferreira comenta: “Eu diminuo entre 12 e 15%. Porque são aqueles pontos em que as pessoas ficam nos cruzamentos. Aí, puxa, eu não vou colocar gente pegando chuva direto, vendendo jornal”.

O *Jornal do Commercio* não gerencia a questão da chuva, pois

trabalha, basicamente, com assinaturas, de acordo com o Secretário de Redação do jornal, Eustáquio Libório Gomes (2002). O jornal *Diário do Amazonas*, que não tem site na Internet, levou em conta até a questão do inverno amazônico para adiar o retorno do site à Internet, como explica seu vice-presidente, Francisco Cirilo Anunciação Neto (2002):

“Quando foi a época, nós estamos agora em maio, quando foi a época de novembro, dezembro, nós decidimos colocar o site e tal, fizemos contrato com o Portal Amazônia para colocarmos o site, entretanto tivemos um receio. Nós estávamos no inverno amazônico. Você sabe que os jornais em janeiro, fevereiro e março têm uma retração nas suas vendas. Natural, em decorrência das chuvas. Da época de chuvas. Então, nós ficamos com uma outra questão também que não tínhamos como avaliar: se a entrada do site na Internet diminuiria o nosso público-alvo, ou seja, vendas em bancas”.

Anunciação Neto explica que nos meses de janeiro, fevereiro e março há uma retração natural nas vendas dos jornais, em bancas, em função das chuvas. Essa retração nas vendas varia de 10 a 25%. “Você conhece o nosso aspecto climático, aqui. Sabe que, às vezes, quando cai uma tempestade muito forte, é impossível até você sair de casa. Quanto mais comprar o jornal. E você tem um problema muito grave: a maioria das chuvas dessa época está localizada no período de 2h até às 10h da manhã”.

O executivo acrescenta que o acompanhamento do clima e dos impactos desse na circulação do jornal é feito diariamente e com base em pesquisa:

“Nós temos pesquisas para isso. A pesquisa que a gente faz disso daí é o acompanhamento diário da circulação e do INMET,

que é o Instituto Nacional de Meteorologia. Nós trabalhamos muito com ele para trabalhar com a circulação no dia posterior. Então, dependendo do que vem a ser a previsão do tempo, nós aumentamos ou diminuímos a circulação”.

De acordo com seu vice-presidente, o jornal *Diário do Amazonas* circula, em média, entre 18 e 22 mil jornais, nos dias de semana. Nos dias de chuva, a tiragem do jornal cai 30%, indo de 15 a 17 mil jornais. Mas esse não é o único problema provocado pela chuva, segundo Anunciação Neto: “É o seguinte, a chuva não atrapalha só a venda, ela atrapalha também a distribuição. Nós temos uma circulação hoje, no jornal, voltada muito para a diminuição de custos e trabalhada muito em cima de geoprocessamento. Então, nós trabalhamos hoje com 34 rotas de distribuição do jornal em motos. Nós não temos distribuição em Kombis, em carros, em nenhum tipo de veículo de quatro rodas. Nós trabalhamos apenas com motos, por causa do custo. O nosso jornal é R\$ 0,50 e, então, isso dificulta para o distribuidor, que ganha apenas 10% em cima do jornal”.

Ele acrescenta: “Há de se salientar que a gente faz o jornal mais barato do país em termos de qualidade e tiragem. Vou te dar só um exemplo: o *Liberal*, de Belém, está trabalhando com o preço de capa de R\$ 1,70. E o nosso projeto é um projeto popular, um projeto em todo mundo, e isso eu vou falar também para ti, no âmbito Internet, para colocar uma outra pulga atrás da tua orelha, pra tu também fazeres um outro tipo de pesquisa, mas no jornal popular, uma das características principais dele e está 50% do preço de capa mais barato do que o jornal dito tradicional. No caso aqui, nós temos hoje um concorrente nosso que é *A Crítica*. *A Crítica* hoje está R\$ 1,00

e os jornais do resto do país estão trabalhando, no mínimo, com a faixa de R\$ 1,50. Tu tens aí o Liberal, já do lado, a R\$ 1,70. Dado aí a última taxa de aumento do dólar, o dólar nos últimos semestres influi diretamente no papel, na chapa e no filme. Tinta, químicos são os insumos básicos para a produção gráfica do jornal. Então, eles têm uma incidência desigual”.

O desafio do jornal *Diário do Amazonas*, então, é manter o preço. Mas, como manter o preço? A resposta é dada pelo próprio Anúncio Neto: “Como manter o preço? Aí é uma das nossas técnicas. Nós temos hoje uma faixa de encalhe de 6% apenas de jornal. Nós trabalhamos com um software, o mesmo software do jornal *O Globo* e da maioria dos grandes jornais do País, que é o software *Circulação 2000*, fabricado por uma empresa chamada CWA, que é de programadores do próprio *O Globo*, e esse software faz uma tiragem extremamente técnica, calculada com base nas vendas do jornal e no encalhe de jornais. Então, ele faz um trabalho todo de estatística em cima desse software, aliado com outros fatores como matérias de maior impacto que vão ser lançadas na edição, bem como o aspecto climático”.

A questão climática, no *Diário do Amazonas*, determina até a entrada em vigor das promoções: “Nós acompanhamos todo dia aí o INMET para saber a questão climática. Há de se salientar que o INMET acerta aí em torno de 90% dos seus prognósticos. É uma ferramenta importantíssima. E também um fator que nós usamos mais em um jornal popular que é a questão das promoções. Nós estamos hoje vivendo a promoção “Na Copa com o Diário”, que é levar um leitor nosso à Copa. Então, naturalmente, nós fizemos essa promoção já em cima do nosso cronograma que já é do reaquecimento. Nós estamos no final do

inverno amazônico, aí já vamos entrando, mês de maio é o último mês de chuvas. Na metade de junho para lá você já vai ter nosso insuportável verão amazônico que aí as chuvas já são extremamente escassas”.

Percebe-se que o ciclo das águas não influencia apenas a produção, a cultura e a economia do homem que habita o beiradão dos rios. Com a escassez das chuvas, a partir de maio, o mercado de jornais começa a viver o momento de reaquecimento das vendas. Esse reaquecimento das vendas em bancas, porém, não significa muito no faturamento das empresas.

5 SEGREDO E CONTRADIÇÕES

O reaquecimento do mercado de jornais, em Manaus, não significa transparência em relação à circulação. Os números reais sobre a circulação de jornais parecem ser um segredo de estado, ou o são, no mínimo, contraditórios. Em primeiro lugar, nenhum jornal é associado ao Instituto Verificador de Circulação (IVC) ou a qualquer outro instituto que fiscalize a circulação com a isenção necessária. Com isso, fica-se sem saber em quem acreditar.

O gerente de Circulação do jornal *A Crítica*, Herval Tapajós Folhadela, por exemplo, revela: “A nossa tiragem hoje, dia de semana, de segunda a sábado, fica, em média, 25 a 27 mil. Sendo que 70 a 80%, dependendo muito da manchete, fica todo aqui na capital, em Manaus. Nós temos, dentro desses 27 mil, 7 mil assinantes e o que sobra e distribuído para o interior e para os outros estados. É pouquinho. Nos outros estados fica em torno de 1 mil jornais, divididos entre São Paulo, Rio, Brasília, Fortaleza e Boa Vista”.

Os 1.000 jornais enviados a outros estados, segundo o gerente, são para marcar presença.

“Principalmente em Brasília, que nós temos uma sucursal, com repórter, com diretor. Então, lá tem que ter *A Crítica* para distribuir para os gabinetes dos políticos. É justamente para isso. O importante não é nem a venda. O importante é *A Crítica* estar lá”.

Só nas bancas de Manaus, de acordo com Folhadela, o jornal *A Crítica* venderia entre 18 e 20 mil exemplares por dia. Ao falar sobre as máquinas do jornal, o Diretor Industrial de *A Crítica*, Aroldo Caminha (2002), contribuiu para ressaltar a contração entre os números da circulação do jornal: “*A Crítica* chegou a vender 87 mil jornais aos domingos e vendia 36 mil na semana. Quando essa máquina entrou aqui (a nova máquina), ainda vendia 32 mil jornais na semana. Agora está vendendo 22 mil”.

O diálogo a seguir, travado entre o pesquisador, o Superintendente da Rede Calderaro de Comunicação, João Bosco Bezerra de Araujo (2002) e a vice-presidente da Rede Calderaro de Comunicação, Tereza Cristina Calderaro Corrêa (2002), ilustra bem a dissonância entre os números da circulação dentro da própria empresa.

- Quanto *A Crítica* circula? São números que podem ser divulgados?
- (João Bosco) Divulga, Cristina?
- (Cristina) Terça-feira, 25 mil, é o dia mais fraco, depois, nos três dias da semana ficam entre 28 e 29 mil, dependendo.
- (João Bosco) Trinta.
- (Cristina) Hoje, por exemplo, nós aumentamos 60% na tiragem. No domingo, 50, 55 mil.
- Esse aumento é em função do fato jornalístico?
- (Cristina) Até o tempo. Climático.

- (João Bosco) Se não chove, a manchete.
- (Cristina) Agora, Semana da Pátria, edições um pouco mais reduzidas. Por quê? Porque tem Fecani (Festival da Canção de Itacoatiara), Festival de Verão em Manacapuru.

Já o diálogo com o Supervisor de Circulação do jornal *Amazonas em Tempo*, Aderaldo Vasconcelos Ferreira (2002) revela que naquela empresa os números da circulação são tratados como segredos de estado.

- E quanto circula: venda avulsa, assinatura? Tu podes me dar esses dados?
- (Aderaldo) Não. Esses dados, não. Em termos assim de tiragem não. Aí tens que falar com a diretoria. Eu não estou autorizado a passar isso.
- Não dá para passar esse número da circulação.
- (Aderaldo) Não. Esse, não.
- Tem que falar com a Hermengarda?
- (Aderaldo) Isso.

Segundo Anúncio Neto (2002) o jornal *Diário do Amazonas* circula de 18 a 22 mil jornais durante a semana. Quem garante, porém, que todos os números relativos à circulação de jornais, em Manaus, não estejam inflados? Durango Duarte, diretor-presidente da empresa de pesquisa Perspectiva diz que, juntos, os quatro jornais de Manaus não chegam a circular com 50 mil exemplares durante a semana. Aliás, para efeito de pesquisas relativas ao *market share*, a Perspectiva trabalha sempre com a projeção de que todos jornais de Manaus, em conjunto, nos dias de semana, vendem 25 mil exemplares.

Duas pesquisas realizadas pela empresa Perspectiva podem

iluminar a escuridão relativa à circulação de jornais em Manaus. As pesquisas foram realizadas pela empresa Perspectiva no dia 19 de junho, uma terça-feira, e no dia 16 de julho, uma segunda-feira. Há que se esclarecer ainda que, na segunda-feira, o jornal *A Crítica* não circulava há anos e o jornal *Amazonas em Tempo* mantém a tradição de não circular. De terça-feira a domingo todos os jornais que fazem parte desta pesquisa circulam normalmente. Os dados aqui apresentados não desvendam os segredos nem são capazes de dirimir as dúvidas e contradições a respeito da circulação de jornais em Manaus. No entanto, apontam indicadores do comportamento das vendas dos jornais em pontos de vendas fixos.

Na pesquisa referente ao dia 19 de junho de 2001,* seis pesquisadores da empresa Perspectiva estiveram em 167 pontos fixos de vendas de jornais em seis zonas da cidade de Manaus. Os pesquisadores tinham uma planilha preparada especificamente para anotar quantos exemplares dos jornais *A Crítica*, *Diário do Amazonas*, *Amazonas em Tempo*, *Jornal do Commercio* e *Gazeta Mercantil* eram recebidos nesses pontos de vendas. Depois, anotavam quantos exemplares dos respectivos jornais foram vendidos. Para efeito de pesquisa, a empresa tomou como pontos fixos de vendas as lojas de conveniência, os pontos de vendas avulsas e as bancas de jornais. Não fizeram parte da amostra os jornais vendidos pelos jornaleiros, no trânsito, nem as assinaturas.

Os pontos de vendas receberam 2.975 exemplares do jornal *A Crítica*, 2.799 do jornal *Diário do Amazonas*, 360 do jornal *Amazonas em Tempo*, 67 do jornal *Jornal do Commercio* e 23 da

Gazeta Mercantil, de um total geral de 6.224 exemplares. Foram vendidos 2.400 exemplares do jornal *A Crítica*, 2.187 do jornal *Diário do Amazonas*, 225 do jornal *Amazonas em Tempo*, 40 do jornal *Jornal do Commercio* e 12 do jornal *Gazeta Mercantil*.

Esses números revelam que o jornal *A Crítica* vendeu 80,7% dos exemplares deixados nos pontos de vendas; o jornal *Diário do Amazonas* vendeu 78,1%; o *Amazonas em Tempo* vendeu 70,8%; o *Jornal do Commercio* vendeu 59,7% e o jornal *Gazeta Mercantil*, 52,2%. Isso significa que, no dia 19 de junho de 2001, o encalhe de cada um dos jornais que fazem parte desta tese, foi muito maior do que o que revelaram seus executivos.

Naquela data, por exemplo, o encalhe de *A Crítica* foi de 19,3%, o do *Diário do Amazonas* foi de 21,9%; o do *Jornal do Commercio* de 40,3% e da *Gazeta Mercantil* de 47,8%. Dos 6.224 exemplares recebidos nos pontos de vendas, foram vendidos 4.894 exemplares. Em números percentuais, foram vendidos 78,6% dos exemplares recebidos de todos os jornais. Isso significa que o encalhe médio de todos os jornais de Manaus nos pontos de vendas, naquele dia pesquisado, foi de 21,4%, número quase três vezes maior do que o encalhe médio de 6 a 9% revelados pelos executivos das empresas jornalísticas de Manaus.

Para efeito de projeção, a empresa Perspectiva calcula que todos os jornais de Manaus, juntos, nos pontos fixos de vendas na cidade, vendem, diariamente, 25 mil exemplares. Com base nesse número, pode dizer que, de terça-feira a sábado, o jornal *A Crítica* venderia, nos pontos fixos, 12.250 exemplares, o *Diário do Amazonas*, 11.175; o *Amazonas em Tempo*, 1.300; o *Jornal do Commercio*, 200 e o

* Os dados aqui apresentados foram gentilmente cedidos pela empresa de pesquisa de Mercado Perspectiva e fazem parte do seu banco de dados.

Gazeta Mercantil, 75 exemplares. São números, também, muito mais modestos do que os revelados pelos executivos das empresas jornalísticas tradicionais de Manaus.

A segunda-feira é um dia considerado atípico no jornalismo de Manaus. Por isso, a empresa Perspectiva utilizou a mesma metodologia em 147 pontos fixos de vendas, no dia 16 de julho de 2001, uma segunda-feira. Nesse dia, os pontos de vendas receberam 3.532 exemplares do jornal *A Crítica*, 3.841 do jornal *Diário do Amazonas*, 44 do *Jornal do Commercio* e 23 da *Gazeta Mercantil*. O jornal *Amazonas em Tempo* não circula às segundas-feiras. Os pontos de vendas receberam um total de 7.440 exemplares de jornais.

Foram vendidos 2.914 exemplares de *A Crítica*, 3.153 exemplares do jornal *Diário do Amazonas*, 19 do *Jornal do Commercio* e 10 da *Gazeta Mercantil*. Isso significa que *A Crítica* vendeu 82,5% dos exemplares deixados nos pontos de vendas, o *Diário do Amazonas*

vendeu 82,1%, o *Jornal do Commercio* 43,2% e a *Gazeta Mercantil* vendeu 43,5% dos exemplares deixados nos pontos de vendas fixos. Novamente, às segundas-feiras, o encalhe de jornais é maior do que os números revelados pelos executivos das empresas.

O encalhe de *A Crítica* foi de 17,5%, do *Diário do Amazonas* de 17,9%, do *Jornal do Commercio* de 56,8% e da *Gazeta Mercantil* de 56,5%. Como foram vendidos 6.096 exemplares dos 7.440 exemplares deixados nos pontos fixos de vendas, isso significa que o encalhe médio dos jornais de Manaus às segundas-feiras é de 18,1%, pois foram vendidos 81,9% dos jornais deixados nos pontos de vendas.

CONCLUSÕES

Ainda que os números levantados pela empresa Perspectiva sejam relativos a apenas um dia de vendas nos pontos fixos, pode-se concluir que, em relação às vendas, os números divulgados pelos executivos dos jornais foram inflados. Por outro lado,

ao falar do encalhe, os números foram muito abaixo dos números levantados pela empresa Perspectiva, nos dias em que as pesquisas foram realizadas.

Isso indica uma total falta de transparência das empresas jornalísticas tradicionais de Manaus. Fica no ar, a suposição de que os administradores escondem os números relativos à circulação de jornais para enganar ou os anunciantes ou os leitores. Ou, quem sabe, enganar anunciantes, leitores e a si próprios. Os números da pesquisa também podem ser comparados aos números relativos à diminuição da circulação dos jornais, nos dias de chuva. Talvez não se chegue aos 40% divulgados por um dos entrevistados nem aos 10% de outro. É certo, porém, que a chuva diminui, e muito, a circulação de jornais. Com isso, a administração profissional desse encalhe pode diminuir os custos de circulação dos jornais nos dias de inverno. E um dos jornais comprova que esse controle pode ser feito através de um software que o mantém ligado ao INMET 24 horas por dia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANUNCIÇÃO NETO, F. C. B. **Francisco Cirilo Batará Anunciação Neto**: depoimento. [maio.2002]. Entrevistador: Gilson Vieira Monteiro. Manaus: USP, 2002. Meia fita cassete (30 min), 3 ¾ pps, estéreo. Entrevista concedida ao projeto "Por um clique..."

ARAÚJO, J. B. B. **João Bosco Bezerra de Araújo**: depoimento. [set. 2002]. Entrevistador: Gilson Vieira Monteiro. Manaus: USP, 2002. Meia fita cassete (30 min), 3 ¾ pps, estéreo. Entrevista concedida ao projeto "Por um clique..."

BENCHIMOL, S. **Navegação e transporte na Amazônia**. Manaus: Governo do Estado: Universidade do Amazonas: Associação Comercial do Amazonas. 1995. p. 10. [Edição Reprógráica].

. **Amazônia**: um pouco antes e além-depois. Manaus: Umberto calderano, 1977.

CAMINHA, A. **Aroldo Caminha**: depoimento. [mai. 2002]. Entrevistador: Gilson Vieira Monteiro. Manaus: USP, 2002. Meia fita cassete (30 min), 3 ¾ pps, estéreo. Entrevista concedida ao projeto "Por um clique..."

CORRÊA, T. C. C. **Tereza Cristina Calderaro Corrêa**: depoimento: [set.2000]. entrevistador: Gilson Vieira Monteiro. Manaus: USP, 2002. Meia fita cassete (30 min), 3 ¾ pps, estéreo. Entrevista concedida ao projeto "Por um clique..."

FERREIRA, A. **Aderaldo Vasconcelos Ferreira**: depoimento.[ago. 2002].

Entrevistador: Gilson Vieira Monteiro. Manaus: USP, 2002. Meia fita cassete (30 min), 3 ¾ pps estéreo. Entrevista concedida ao projeto "Por um clique..."

FOLHADELA, H. T. **Herval Tapajós Folhadela**: depoimento. [ago.2002]. Entrevistador: Gilson Vieira Monteiro. Manaus: USP, 2002. Meia fita cassete (30 min), 3 ¾ pps, estéreo. Entrevista concedida ao projeto "Por um clique..."

GOMES, E. L. **Eustáquio Libório Gomes**: depoimento. [fev.2002]. Entrevistador: Gilson Vieira Monteiro. Manaus: USP, 2002. Meia fita cassete (30min), 3 ¾ pps, estéreo. Entrevista concedida ao projeto "Por um clique..."