

Sociedade de risco e empresas jornalísticas

Society of risk and journalistic companies

Julio César de Oliveira Sampaio de Andrade¹, José Edmilson de Souza-Lima²

Resumo

O artigo tem como objetivo verificar em que medida as ações declaradas por empresas jornalísticas se aproximam ou se distanciam da ideia de contenção presente na teoria da sociedade de risco, esboçada pelo sociólogo alemão, Ulrich Beck e outros. Para tanto, realiza-se uma revisão bibliográfica acerca da teoria da sociedade de risco sintetizada no em quadro analítico, que é utilizado para analisar os dados coletados e apresentados nos quadros de (2 a 10). Conclui-se que as ações das empresas jornalísticas, no que se refere às intenções e não necessariamente às práticas efetivas, estão mais próximas do que distantes de uma das ideias centrais à teoria da sociedade de risco, a ideia de contenção.

Palavras-chave: Sociedade de risco. Responsabilidade. Empresas jornalísticas.

Abstract

The article verifies if some actions of journalistic companies are next or distant of the theory of the society of risk, sketched for the German sociologist, Ulrich Beck and others. For in such a way, a bibliographical revision concerning the theory of the society of risk is become fulfilled synthecized in (picture 1), that it is used to analyze the data collected and presented in the pictures of (2 the 10). The conclusions are that the actions of the journalistic companies, as for the intentions and not necessarily to the practical effective, are next to what distant of one of the ideas central offices to the theory of the risk society, the containment idea.

Keywords: Risk society. Responsibility. Newspaper.

¹ Graduado em Comunicação Social (UFF); Mestre em Organizações e Desenvolvimento (FAE); Diretor da Resultado Consultoria de Marketing e Vendas. Membro do Grupo de Pesquisa em Epistemologia, Sociedade e Ambiente (CNPq/FAE). Endereço Eletrônico: juliosampaio@consultoriaresultado.com.br

² Sociólogo. Doutor em Meio Ambiente e Desenvolvimento (UFPR). Professor e pesquisador do Mestrado em Organizações e Desenvolvimento da FAE e do Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento (MADE-UFPR). Líder do Grupo de Pesquisa em Epistemologia, Sociedade e Ambiente – CNPq/FAE. Endereço: Rua Fernando Cretella, 72 – Curitiba – PR. CEP 82.600-460. Fone: 41 3357-9581 / 9904-7509 Endereço eletrônico: edmilson@fae.edu

Introdução

As empresas que publicam alguns dos principais jornais brasileiros são corporações com elevado número de empregados, operações complexas e forte influência na sociedade local, do ponto de vista político, econômico e social. Esta influência é própria dos veículos de comunicação, destacando-se ainda o jornal pelas suas características de formador de opinião. Contudo, não é esta a principal abordagem deste artigo. Interessa aqui analisar os jornais como empresas, suas características e suas relações com uma idéia fundante da teoria da sociedade de risco, a idéia de contenção.

Uma breve observação indica que são graves os desafios da sociedade atual. Há significativas conquistas no progresso tecnológico, que não têm, no entanto, se materializado em felicidade para parcelas significativas da humanidade, seja para a grande massa de excluídos, que compreende a maioria de habitantes do Planeta, seja mesmo para as minorias das classes socialmente mais privilegiadas. Estas últimas vivem em grande parte aprisionadas por sofrimentos de diversos tipos, seja por doenças, conflitos ou problemas de ordem material.

Essa contradição está presente em todos os setores da vida humana e se acentua ainda mais com a propagação de riscos e ameaças a indivíduos, nações e à própria espécie humana. As sociedades passaram por processos de transformação e tiveram de enfrentar os seus próprios desafios, mas os atuais apresentam características de um grau distinto de complexidade.

A desigualdade entre ricos e pobres parece nunca ter sido tão acentuada. O modelo econômico com pendores hegemônicos indica um movimento de crescente concentração, fazendo com que a parcela econômica e socialmente privilegiada se distancie cada vez mais dos mais pobres. Beck, Giddens e Lash (1997) admitem que a pobreza, no contexto da sociedade de risco, torna-se muito mais problemática do que costumava ser em tempos passados. Quanto mais forte a exigência de “se construir a própria vida”, mais a pobreza material torna-se discriminatória. Os acessos a recompensas materiais não são equânimes, assim como não são as capacidades autônomas entre os indivíduos e mesmo entre os grupos.

Beck (2006), em sua teoria sobre a “sociedade de risco”, faz referências a dois tipos de modernidade. A primeira, que pode ser chamada de modernidade industrial, é uma sociedade estatal e nacional, marcada pela forte presença de estruturas coletivas, pelo pleno emprego, pela rápida industrialização e por uma exploração da natureza de forma não visível ou pouco perceptível. A segunda modernidade, a reflexiva, caracteriza-se por sua capacidade de tensionar as festejadas conquistas da primeira modernidade, evidenciando seus efeitos perversos e de longo alcance.

As duas modernidades englobam diferentes processos que interagem e se potencializam mutuamente. Beck destaca como alguns desses principais

indicadores de potencialização das duas fases da modernidade “a globalização, a individualização, o desemprego, o subemprego, a revolução dos gêneros e os riscos globais da crise ecológica e da turbulência dos mercados financeiros” (BECK, 2006, p. 2). Trata-se de indicadores que em vez de conter, acentuam os riscos denunciados em sua teoria.

Neste contexto, as empresas, a mídia e, entre elas, os jornais, têm um papel importante a desempenhar. Os desafios derivados da sociedade de risco são desafios também para os jornais e, nesta perspectiva, o presente artigo justifica-se e se torna socialmente relevante à medida que, à luz da teoria social do risco, analisa criticamente algumas ações de empresas jornalísticas com a intenção de verificar em que medida as ações declaradas por empresas jornalísticas se aproximam ou se distanciam da ideia de contenção presente na teoria da sociedade de risco

Metodologia

O conceito de “sociedade de risco”, proposto por Beck (2006) e por Beck, Giddens e Lash (1997), irrompe no presente artigo como uma chave interpretativa de uma sociedade que ao fazer a autocrítica, apresenta suas próprias práticas como vetores da crise ecológica iminente e, além disso, pode ser apreendido como um convite à relativização do tripé produção/consumo/descarte, característico da sociedade industrial. Pode igualmente ser apreendido como um convite à contenção. Neste sentido, trata-se de um conceito que serve para contextualizar e criticar as principais contradições da contemporaneidade.

No interior e nas fronteiras desta sociedade de risco emerge a necessidade de uma nova ética e de um novo princípio de responsabilidade, conforme as proposições críticas de Jonas (2006). A nova ética, ao sugerir o princípio da precaução como resposta às ameaças da sociedade de risco acumuladas pelo progresso tecnológico, afasta-se ou complementa a velha ética, ao expandir sua capacidade de cuidar não apenas das gerações presentes, mas sobretudo das futuras. Dos questionamentos derivados da teoria da sociedade de risco irrompem conceitos que provocam e tornam visíveis tensões quanto ao sentido da existência do ser humano e da sua responsabilidade na construção de um mundo que atenda aos seus próprios anseios e dos outros sistemas vivos.

Assim, de maneira reflexiva e não conclusiva, o artigo promove um diálogo com esses autores, na expectativa de apreender algumas de suas principais idéias acerca da sociedade de risco e suas contradições.

No total foram pesquisados sete dos principais grupos de comunicação do País, que publicam 28 jornais, a maior parte, publicações diárias, em 18 mercados como cidades sede, em oito estados do Brasil.

Inicialmente foram reunidos dados relativos ao mercado de mídia no Brasil, visando identificar a posição de mercado dos jornais brasileiros, do ponto de vista de circulação e de participação publicitária do meio jornal.

Em seguida foram reunidas informações, a partir da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), através do sítio oficial da entidade e de outras publicações realizadas por ela, como o Jornal da ANJ. Foram analisados o seu estatuto, a declaração de princípios e as atividades que vêm sendo promovidas pelo setor. Também foram identificados os jornais participantes da Associação, assim como os sócios fundadores e os componentes da direção, que representam as principais lideranças do setor.

O passo seguinte foi selecionar, dentre essas empresas, aquelas que também reúnem posição de destaque em seus mercados de atuação, seja em termos de tradição, indicadores de maior circulação e de leitura. Para mensuração de circulação, as referências são os veículos auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). Para índices de leitura, são utilizados institutos de pesquisa especializados como o Instituto Brasileiro de Informações e Estatística - IBOPE e o Marplan (dois dos principais institutos de pesquisa utilizados pelo mercado publicitário no Brasil na medição de audiência).

Com vistas a atender o objetivos deste artigo, optou-se por grupos de comunicação que publicam mais do que um título ou tipo de jornal. Reconhece-se que tal delimitação é arbitrária e restringe a compreensão sobre a realidade do universo dos jornais brasileiros, composta em sua maioria, por empresas de pequeno e médio porte. Contudo, os jornais com estas características são os de maior representatividade política e econômica do setor e é relevante avançar no conhecimento sobre a forma como que eles se relacionam com a sociedade de risco.

Os grupos empresariais pesquisados têm jornais que circulam nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Espírito Santo e Distrito Federal. Fizeram parte deste estudo os seguintes grupos e jornais: OESP (O Estado de São Paulo, JT); Infoglobo (O Globo, Extra, Diário de São Paulo, Expresso da Informação); Rede Brasil Sul (Zero Hora, Diário Gaúcho, Diário Catarinense, Pioneiro, Diário de Santa Maria, Jornal de Santa Catarina, Hora, A Notícia); Rede Paranaense de Comunicação (Gazeta do Povo, Jornal de Londrina), Rede Anhanguera de Comunicação (Correio Popular, Diário do Povo, Notícias Já, Gazeta de Ribeirão e Gazeta de Piracicaba), Rede Gazeta (Gazeta de Vitória e Notícia Agora); Diário Associados (Correio Brasiliense, Estado de Minas, Jornal do Comercio, Aqui DF, Aqui BH). O Grupo Folha de São Paulo foi procurado, mas não obteve-se sucesso no contato com a direção da empresa.

Uma vez delimitado o universo de pesquisa, elaborou-se questionário abordando os grupos distintos de informação. O primeiro grupo trata de itens que

apontam as características gerais dessas empresas: tempo de existência, número de empregados, títulos publicados, público-alvo, data de fundação e composição de receita.

O segundo grupo de perguntas discute questões referentes às suas ideias e valores formais. Fazem parte destes temas: existência ou não de declaração formal de missão e de valores do grupo e participação em redes, formas de associação e natureza dos indicadores utilizados pela empresa.

O terceiro grupo aborda a existência ou não de práticas formais de responsabilidade corporativa através de programas sociais, trabalhistas ou ambientais. Também visa identificar a existência de algum departamento específico na empresa, responsável por esses programas.

O grupo final de perguntas destina-se a identificar as políticas editoriais e os cuidados com o tratamento das notícias, como a existência de um Conselho e como ele seria formado; de políticas editoriais; de políticas que garantam a expressão de opiniões diferentes ou até contrárias às do jornal; de políticas que assegurem a imparcialidade e o “perceber os diversos ângulos” do assunto; de políticas que tratem de potenciais conflitos entre as áreas de Redação e Comercial; de ouvidoria (também é denominado *ombudsman*) ou algum mecanismo que cumpra este papel e espaço destinado à participação dos leitores.

O questionário foi enviado às empresas, na pessoa de algum membro da alta direção dos jornais (proprietário, herdeiros ou diretores executivos). Dos oito questionários enviados, sete foram respondidos, sendo, que na maioria deles, houve ainda oportunidade de realização de entrevista não estruturada.

Além do questionário e das entrevistas individuais ou em grupo foram analisados documentos internos e públicos desses jornais, como relatórios gerenciais, manuais de normas e procedimentos, estrutura organizacional e sítios oficiais.

Empresas Jornalísticas e a Sociedade

A noção de responsabilidade tem sido apropriada pelas empresas usualmente como “responsabilidade social corporativa” e isto é insuficiente para traduzir adequadamente o que o conceito de responsabilidade derivado de Jonas (2006) tentou traduzir. Para Jonas, em um contexto marcado pelos riscos presentes e futuros, o princípio responsabilidade é um convite contundente a práticas orientadas à contenção. Ao contrário disso e de forma apressada, algumas empresas limitam o que denominam de “responsabilidade social” à idéia de programas sociais dirigidos a comunidades locais ou ao corpo de seus empregados, ou, então, às ações filantrópicas e de *marketing* institucional.

O tema ganha ainda maior importância à proporção que é aplicado ao setor de mídia. Especialmente aos jornais, pelas suas características intrínsecas como formadores de opinião e de influência sobre o poder público e a sociedade. Como veículos de comunicação, os jornais exercem uma inegável influência na disseminação de valores, crenças, hábitos e costumes. Estado, empresas e sociedade são impactados pela mídia, que atua diretamente na maneira como as pessoas vêem o mundo e a si mesmas. Ela influencia direta ou indiretamente todos os componentes sociais, podendo exercer um papel de transformação ou de manutenção da situação vigente.

Conforme Sodré (1966), o desenvolvimento da imprensa, não apenas no Brasil, está intimamente ligado ao desenvolvimento capitalista e, em função disso, os jornais podem exercer significativa influência sobre o comportamento dos indivíduos e das coletividades. Sodré demonstra em sua obra “A História da Imprensa Brasileira” que o crescimento das bases de produção em massa, o surto e a concentração da população urbana, a abertura de mercados e a necessidade de conquistá-los por meio da propaganda, fazem com que os jornais (e os seus anúncios) estejam diretamente associados à ascensão capitalista.

Se por um lado os jornais fazem parte e são influenciados pelo contexto em que estão inseridos, por outro, são impactados pelos leitores, anunciantes, governo e sociedade. Como empresas e como corporações que alguns constituem, os jornais enfrentam desafios próprios. O avanço tecnológico e o advento especificamente da *internet*, que revoluciona a forma de transmissão e comercialização da informação, provocam questionamentos sobre o futuro do jornal. Sendo a segunda mídia em investimentos publicitários do País³, os jornais tradicionais perderam circulação nos últimos dez anos⁴, o que reduz o número de leitores e potencialmente os investimentos de anunciantes, que são as principais fontes de receita da maior parte dos jornais.

Há ainda os aspectos comuns a qualquer empresa, que envolvem a relação com os interessados⁵. Toda empresa possui clientes e fornecedores, assim como se relaciona com o poder público e a sociedade local onde está inserida. Além disso, existem os empregados e acionistas. A quase totalidade dos jornais brasileiros é formada por empresas familiares, cujo poder acionário está nas mãos de uma ou mais famílias, algumas na segunda ou terceira geração. Isto ocorre mesmo nas empresas que se transformaram em grandes corporações de comunicação. Aparentemente, estas empresas são, de uma forma ou de outra, ainda fortemente influenciadas pela origem, história e valores de seus fundadores.

Isto faz com que as formas de gestão dessas empresas adquiram características singulares, em que se misturam modernidade técnica, trazida por movimentos de profissionalização, sobretudo a partir dos anos 1990, com práticas próprias de empresas familiares, como a informalidade nas relações e o caráter pessoal no

juízo de valores. No caso dos jornais, este tipo de juízo provavelmente se refletirá também no conteúdo jornalístico, seja na opinião editorial ou na seleção e abordagens na cobertura das matérias.

Contradições da Sociedade de Risco

Nas formulações teóricas, a sociedade de risco é uma sociedade do autoconfronto, capaz de criticar-se a si mesma, com vistas a se transformar, a se reformar continuamente. Trata-se de uma sociedade que vive as contradições de quem se beneficia de seus avanços e que, ao mesmo tempo, sofre com este quadro de incertezas e ameaças. As formulações em torno da sociedade de risco não parecem desejar o retorno ao estágio anterior à industrialização, mas estão sensibilizadas de que o contínuo progresso tecnológico, dentro das características vigentes, tende a conduzir a humanidade a contradições muito difíceis de serem superadas.

Nesse processo de reflexão emergem temas comuns em todas as partes. Eles surgem dessa contradição e exigem escolhas por parte da sociedade. Não se trata de temas transitórios, como poderia parecer, mas, diferentemente disso, são questões a serem enfrentadas, dada a sua gravidade. Elas repõem o ser humano – sobretudo, aqueles que tomam decisões - no centro dos processos decisórios, exigindo dele a necessidade imperativa de agir com responsabilidade face às escolhas e possibilidades postas. No centro deste novo paradigma, o ser humano não está como um observador distante e passivo, mas participante, ele faz parte do problema e da solução. Portanto, ele tem escolhas e são elas que construirão o futuro.

Nas formulações de Beck, a sociedade de risco ou modernidade reflexiva é consequência da primeira modernidade, a modernidade industrial. É uma sociedade marcada por contradições entre conquistas e perigos iminentes. A situação de risco, vista como um estágio intermediário entre a segurança e a catástrofe, faz despertar nesta mesma sociedade uma atitude reflexiva e de contenção face aos desejos de conquistas da modernidade. Ao que parece, a expectativa dos principais teóricos da sociedade de risco é que a autoconfrontação leve à busca da superação de desafios tais como a globalização, a pobreza, a crise ambiental, os riscos tecnológicos, a turbulência dos mercados financeiros e o desequilíbrio político internacional. É possível destacar ainda algumas das principais ameaças diretamente relacionadas à sociedade de risco: acidentes do tipo ocorrido em Chernobyl, o uso de transgênicos e de agrotóxicos, o efeito-estufa, a chuva ácida, a extinção de espécies, a superpopulação, a poluição do ar, a desertificação de florestas etc. São ameaças que estimulam a busca de soluções não-lineares, em diferentes áreas e dimensões – econômica, ambiental, social, espacial, cultural, política e ética – de preferência com capacidade de contê-las. Para os teóricos da sociedade de risco, as ameaças podem estimular a sociedade a repensar e redirecionar seu próprio processo civilizatório.

Em suma, a teoria da sociedade de risco será aqui representada e apresentada de forma sintética no Quadro 1. Nele estará presente uma ideia central à teoria da sociedade de risco, a ideia de contenção como contraponto à ideia de conquista e de expansão, presente e reinante na sociedade industrial.

A teoria da sociedade de risco pode ser apreendida como um convite:

1. à contenção no estilo de vida centrado no tripé produção/consumo/descarte;
2. à contenção no estilo de vida que supervaloriza a dimensão econômica em detrimento de outras dimensões da vida associativa;
3. à contenção no estilo de vida centrado no presente (aqui e agora) em detrimento do futuro;
4. à contenção no estilo de vida ainda incapaz de exercitar a reflexividade, que se materializa em uma autocrítica radical das práticas sociais abusivas;
5. à contenção no estilo de vida ainda desatento aos problemas ecológicos;
6. à contenção no estilo de vida expansionista que estimula crenças e ações prioritariamente orientadas ao progresso linear e ao crescimento econômico;
7. a um estilo de vida contido que estimula crenças e ações prioritariamente orientadas ao cuidado e aos componentes substanciais de uma sociedade, o ser humano e a natureza.

Quadro 1 – Elementos constitutivos e constituintes da teoria da sociedade de risco.

Fonte: BECK, GIDDENS e LASH, 1997; BECK, 2006; JONAS, 2006.

Apresentação e Análise dos Dados Coletados

Os dados foram coletados com base nas entrevistas, no acesso a documentos internos das empresas, em informações disponibilizadas por instituições relacionadas ao setor de mídia e nos jornais brasileiros, bem como em outras fontes, características de negócio dos grupos empresariais que editam alguns dos principais jornais brasileiros. Tais informações tornam-se relevantes à medida que ajudam a compreender melhor as possíveis influências exercidas sobre os dirigentes e profissionais destes jornais, assim como identificar possíveis contradições e conflitos de interesse entre os seus objetivos declarados e a gestão dos jornais como empresas. Busca-se, assim, verificar se algumas ações das empresas jornalísticas analisadas estão próximas ou distantes da teoria da sociedade de risco.

Com intuito de facilitar a análise, os dados coletados serão apresentados nos Quadros de 2 a 10 e serão submetidos ao Quadro 1, exposto anteriormente.

A análise dos dados foi realizada da seguinte forma:

- a) Se, por um lado, os dados coletados estiverem próximos à teoria da sociedade de risco, sintetizada no Quadro 1, os mesmos podem ser caracterizados como indicadores (possibilidades) de contenção da sociedade no que se refere aos riscos presentes e futuros.

- b) Se, por outro, os dados estiverem distantes da teoria da sociedade de risco, eles podem ser caracterizados como indicadores (possibilidades) de reforço de uma sociedade com pendores ao risco.

	Título	Editora	Circulação
1	Folha de S. Paulo	Empresa Folha da Manhã	307.937
2	O Globo	Infoglobo Comunicações SA	274.934
3	Extra	Infoglobo Comunicações SA	274.015
4	O Estado de S. Paulo	S/A O Estado de S. Paulo	230.859
5	Zero Hora	Zero Hora Editora Jornalística S/A	178.234
6	Correio do Povo	Empresa Jornalística Caldas Junior	167.723
7	Diário Gaúcho	Zero Hora Editora Jornalística S/A	152.495
8	O Dia	Editora O Dia S/A	151.835
9	Lance	Areté Editorial S/A	116.478
10	Agora São Paulo	Empresa Folha da Manhã	80.574

Quadro 2 – Os Maiores Jornais Brasileiros em Circulação - 2007.

Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC) – circulação média diária no período de jan a dez 2005.

Os dados do Quadro 2 revelam a distância das práticas dos grupos entrevistados em relação à teoria da sociedade de risco (Quadro 1). Se de um lado a crescente circulação de jornais pode revelar algumas dimensões positivas, de outro tornam visíveis a distância em relação à noção de contenção no estilo de vida, à medida que estimulam o tripé produção/consumo/descarte.

Grupos de jornais	Valores formais
Grupo a	Não
Grupo b	Sim
Grupo c	Sim
Grupo d	Sim
Grupo e	Sim
Grupo f	Sim
Grupo g	Sim

Quadro 3 – Declaração de Missão e Valores.

Os dados do Quadro 3, podem ser indicadores de proximidade da teoria da sociedade de risco (Quadro 1). Dos sete grupos pesquisados, apenas um, o grupo A, não tem a declaração de missão e valores. A despeito de um documento deste não significar muito em termos práticos, ao se tornar público pode, de alguma forma,

umentar a responsabilidade do grupo empresarial no que se refere a pôr em prática o que está sendo declarado publicamente.

No Quadro 4 predominam valores associados ao que a teoria da sociedade de risco (Quadro 1) classificaria como fatores de contenção e comprometidos com uma noção de bem comum que transcende ao bem comum econômico dos proprietários dos grupos pesquisados.

Seriedade; Honestidade; Estímulo à criatividade; Respeito à pessoa; Busca de qualidade e de resultados; Ética; Independência; Transparência; Prazer; Espírito de equipe; Liberdade; Igualdade;	Desenvolvimento pessoal e profissional; Satisfação do cliente; Compromisso social e comunitário; Responsabilidade empresarial; Relações duradouras; Qualidade de vida; Inovação; Competitividade empresarial; Desempenho superior; Ousadia e lucratividade como forma justa de remuneração.
---	--

Quadro 4 – Elementos constitutivos/constituintes das declarações de valores.

No Quadro 5, nas declarações de missão dos sete grupos, predominam elementos constitutivos/constituintes próximos à teoria da sociedade de risco (Quadro 1), vez que os mesmos tendem à contenção, a despeito de se limitarem ao campo das intenções.

GRUPOS	MISSÃO
Grupo A	Ser um grupo empresarial rentável nos setores de informação e de comunicação, nos segmentos de jornalismo, de serviços de informação, divulgação de publicidade, entretenimento e serviços gráficos. Divulgar e defender os princípios da democracia.
Grupo B	Satisfazer a necessidade de conhecimento, esclarecimento e entretenimento da sociedade, captando e difundindo informações com isenção e qualidade reconhecidas. Nossa independência editorial existe associada à independência empresarial, legitimadas pela conduta ética e pela busca permanente do crescimento. Atuamos com responsabilidade social, defendemos o meio ambiente e a pluralidade de ideias.
Grupo C	Facilitar a comunicação das pessoas com o seu mundo.
Grupo D	Promover, com a comunicação, o desenvolvimento da nossa terra e da nossa gente e, assim alcançar a sustentabilidade e os melhores resultados econômicos.
Grupo E	Produzir e promover de forma ética e independente a disseminação de informação como meio de integrar e servir às comunidades.
Grupo F	Informar, entreter e prestar serviços de comunicação ao público local e de regiões onde atue com qualidade, ética e inovação, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico, cultural e da cidadania.
Grupo G	Contribuir para a construção de uma sociedade justa e democrática com a produção e distribuição de informação e entretenimento de qualidade. Promover o desenvolvimento, apoiar a livre iniciativa, estimular a educação, debater grandes temas nacionais e preservar os valores regionais.

Quadro 5 – Elementos constitutivos/constituintes das declarações de missão.

No Quadro 6 há predomínio de indicadores econômicos nos sete grupos pesquisados. Isto pode implicar afastamento da teoria da sociedade de risco (Quadro 1), que em seu convite à contenção traz embutida a necessidade de se pensar a gestão para além dos aspectos mais imediatos, traduzidos em índices econômicos. A gestão em uma sociedade de risco necessita levar em conta outros fatores que transcendam o econômico.

GRUPOS	INDICADORES
Grupo A	Econômicos
Grupo B	Econômicos e Qualitativos
Grupo C	Econômicos e Sociais
Grupo D	Econômicos
Grupo E	Econômicos
Grupo F	Econômicos
Grupo G	Econômicos

Quadro 6 – Indicadores de Gestão.

No Quadro 7 estão presentes diversos elementos das práticas trabalhistas dos grupos pesquisados próximos aos elementos também presentes no conceito central de contenção da teoria da sociedade de risco (Quadro 1).

GRUPOS	PROGRAMAS TRABALHISTAS FORMAIS
Grupo A	Plano de Saúde
Grupo B	Pesquisa de clima Cafê mensal com a direção geral Previdência Privada Plano de Participação nos Resultados Benefícios diversos
Grupo C	Previdência Privada Plano de Participação nos Resultados Benefícios diversos
Grupo D	Plano de Saúde Plano de Participação nos Resultados (dirigido a gerentes e diretores) Pesquisa de clima
Grupo E	Plano de Saúde
Grupo F	Programa de Integração Associação de funcionários
Grupo G	Semana de qualidade de vida Benefícios diversos

Quadro 7 – Práticas Trabalhistas.

Obs: Não constitui objeto deste estudo analisar a efetividade destas práticas, mas apontar a sua existência formal.

No Quadro 8 predominam práticas que aproximam os grupos pesquisados da teoria da sociedade de risco. A despeito de algumas ações serem fundamentalmente de cunho assistencialista e sem projeções a longo prazo, é possível destacar algumas ações educacionais de longo prazo. O exemplo é o do grupo E, com os projetos “Cidadania” e o “Jornal em *Braille*”. Parece haver uma visível abertura à comunidade.

GRUPOS	PROGRAMAS FORMAIS
Grupo A	Campanha anual de doação de sangue. Em 2006, 124 doadores internos. Campanha anual de doação de agasalho. Em 2007, 1.169 peças de agasalho doadas. Campanha anual de doação de alimentos/material escolar. Em 2007, 420 <i>kits</i> de material escolar.
Grupo B	Campanhas com as escolas do bairro. Campanhas de livros e de agasalhos. Recolhimento sustentável do lixo, entre outros.
Grupo C	Política sistematizada para a doação de mídia e das bandeiras sociais desenvolvidas pelo Grupo. Mantenedora de Fundação que atua como uma organização de fomento no campo da assistência social, de defesa de crianças e adolescentes contra a violência, negligência e abuso sexual.
Grupo D	NI
Grupo E	Projeto Escola (coleta de agasalho e de brinquedos) e Jornal em <i>Braille</i> . Projeto Cidadania (premia e divulga os destaques).
Grupo F	O Jornal na Sala de Aula. Formação de platéia da Orquestra Filarmônica do Estado. Caixa Biblioteca, apoio com mídia. Ação Global. Amigos da Escola. Copa Esportiva e Curso de Residência, estes com apoio de terceiros.
Grupo G	Grupo de coral que canta pela cidade em ações sociais. Projeto que realiza diversas ações no ano para arrecadar recursos que são doados a 13 creches cadastradas. Movimentos junto a comunidade, como “Paz no Trânsito”, “Apoio a pesquisas de células tronco” etc.

Quadro 8 – Práticas Para a Comunidade Local.

No Quadro 9 todas as práticas divulgadas pelos grupos pesquisados, se efetivadas, aproximam-se da teoria da sociedade de risco (Quadro 1).

GRUPOS	PROGRAMAS FORMAIS
Grupo A	Programa interno de reciclagem e orientação à população. Programa interno de conservação da água.
Grupo B	Suplemento mensal sobre responsabilidade social e ambiental. Série de ações socioambientais, principalmente no nosso parque gráfico.
Grupo C	Seguem as práticas ambientais regidas pelos órgãos ambientais públicos que estabelecem o controle e monitoramento dos resíduos gerados pela empresa. As unidades tratam 100% dos efluentes industriais, destinam 100% dos seus resíduos em locais apropriados, como, por exemplo, o papel que sobra é reciclado para fazer papel higiênico e as chapas <i>off-set</i> são utilizadas para fazer lingotes de alumínio. Destina uma verba para cada unidade tratar seus resíduos e manter uma consultoria ambiental permanente para auxiliar nas atividades. Um dos jornais tem a certificação ISO 14000, que atende aos mais altos padrões de controle ambiental.
Grupo E	Responsabilidade Ambiental (premia e divulga as melhores práticas da cidade).
Grupo F	Campanhas de uso consciente da água (“Poupe Água, Poupe a Natureza”), miniestação de tratamento de água.
Grupo G	Projeto em desenvolvimento. Ainda não está em prática.

Quadro 9 – Práticas Ambientais.

No Quadro 10, dos sete grupos pesquisados, quatro não têm departamento específico para gerir a responsabilidade corporativa. Isto pode ser um indício da pouca importância conferida a esta dimensão da responsabilidade, dispositivo central e fundante da teoria da sociedade de risco (Quadro 1). Sem responsabilidade em relação ao presente, mas também ao futuro, os quatro grupos deixam transparecer seu distanciamento da teoria da sociedade de risco.

GRUPOS	EXISTÊNCIA DE DEPARTAMENTO RESPONSÁVEL
Grupo A	Não
Grupo B	Não
Grupo C	Fundação, subordinada à Presidência do grupo
Grupo D	Instituto, subordinado à direção geral do grupo
Grupo E	Não
Grupo F	Sim, subordinado à direção geral do grupo
Grupo G	Não

Quadro 10 – Departamento Gestor da Responsabilidade Corporativa.

Considerações Finais

O objetivo do artigo foi verificar em que medida as ações declaradas por empresas jornalísticas se aproximam ou se distanciam da ideia de contenção presente na teoria da sociedade de risco. Neste particular, o que se conclui é que as ações das empresas jornalísticas, no que se refere às intenções e não necessariamente às práticas efetivas, tendem a se aproximar mais do que se distanciar da ideia de contenção. Contudo, outros aprofundamentos são necessários para verificar níveis mais elevados de comprometimentos das referidas práticas de empresas jornalísticas com uma sociedade não orientada apenas pelo tripé produção/consumo/descarte, mas efetivamente pela contenção.

Notas

-
- ³ Segundo o relatório intermeios, organizado pela editora meio & mensagem, e que abrange cerca de 90% dos valores destinados à mídia nacional. As informações são auditadas pela *pricewaterhouse coppers*, a partir de dados fornecidos pelos próprios veículos. O projeto é a referência utilizada pelo mercado publicitário brasileiro.
 - ⁴ Segundo o Instituto de Verificação de Circulação, órgão que reúne e audita as informações de circulação paga das principais edições impressas do País, incluindo jornais e revistas, e que são a principal referência utilizada pelo mercado publicitário do País. O Instituto é dirigido por representantes dos setores de veículos, agências de propaganda e de anunciantes. O dado se refere ao período acumulado, embora tenha havido uma ligeira recuperação em 2007, pequena, porém, diante das perdas anteriores.
 - ⁵ São os chamados *stakeholders*, que compreendem as partes que são afetadas pelos efeitos de uma organização, ou seja, partes interessadas nos resultados destas ações (GRAYSON e HODGES, 2002).

Referências

BECK, U. *La sociedad del riesgo global*. 2nd ed. Madrid: Siglo XXI de España, 2006.

BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Modernização reflexiva*. São Paulo: Ed. da Universidade Estadual Paulista, 1997.

GRAYSON, D.; HODGES, A. *Compromisso social e gestão empresarial*. São Paulo: Publifolha, 2002.

JONAS, H. *O princípio responsabilidade*. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC, 2006.

SODRÉ, N. W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

Recebido: 22/07/2009.

Aprovado: 05/10/2009.