

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

**“O ANIMALISTA” : UM PROJETO DE VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL EM JORNALISMO IMPRESSO**

**CURITIBA
2003**

CRISTIANE LUCIA SOUZA

**“O ANIMALISTA” : UM PROJETO DE VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL EM JORNALISMO IMPRESSO**

Projeto em jornalismo impresso apresentado como requisito à conclusão do Curso de Comunicação Social, Habilitação Jornalismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Professora Karin Maria Véras

**CURITIBA
2003**

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus. Aos meus amigos, namorado e familiares, por compreenderem meu afastamento e serem motivo de estímulo nos momentos de desânimo. À professora Karin Maria Vêras, pela exigência e confiança, bem como pelo alerta para os compromissos com prazos e viabilidade. Segundo um pensamento de sabedoria popular, “não serve para ser seu amigo aquele que não exige o melhor de você”. Por fim, a todos os professores com os quais tive aula, que ao longo destes quatro anos contribuíram para minha formação técnica e reflexiva.

“ Se me fosse dado decidir se devemos ter um governo sem jornais, ou jornais sem um governo, não hesitaria um momento em preferir a última.”

(Thomas Jeferson)

SUMÁRIO

Introdução	06
1. Empreendedorismo	08
2. O veículo de comunicação	
2.1. Definindo a publicação.....	10
2.2. Público-alvo	12
2.2.1. A metodologia	14
2.3. Editorias.....	16
2.3.1. Cuidados com a informação.....	18
2.4. Formato e estilo.....	20
3. Viabilidade	
3.1. Custos da publicação	21
3.2. Tiragem, periodicidade e distribuição.....	22
4. Publicidade	
4.1. Definindo os espaços.....	23
4.2. Estabelecendo os preços.....	23
4.3. Firmando o contrato	25
Considerações finais.....	26
Referências	
1. Bibliografia consultada.....	28
2. Bibliografia citada	29
3. Sites.....	31
Anexos	
1. Questionário de perfil dos proprietários de animais domésticos	32
2. Lei de imprensa	33
3. Código de ética dos jornalistas.....	83
4. Declaração dos princípios para a conduta dos jornalistas	87
5. Tabela de previsão de custos.....	89
6. Demonstrativo de preços dos anúncios publicitários	90

INTRODUÇÃO

Fazer um projeto em jornalismo impresso é muito mais do que ter uma boa idéia ou idealizar um veículo impresso de comunicação social. Realizar um projeto, implica principalmente, em um estudo de viabilidade e planejamento, isso porque a finalidade principal é a execução e conclusão do mesmo, buscando longevidade e sucesso ao seu produto. Este trabalho implica justamente em estudar uma atitude concreta para realizar um projeto empreendedor.

Farei não apenas uma reflexão do que seria empreender um veículo de comunicação, como obterei um produto capaz de ser executado, com o qual seria possível, depois de um determinado processo, discriminado ao longo do trabalho, obter credibilidade pública, ganhos financeiros e independência patronal.

Todo o trabalho terá como pano de fundo a preocupação com o que chamarei de meu principal cliente: o leitor. A partir da definição do público-alvo construirei todo o projeto. Trabalharei também com a interferência publicitária neste produto jornalístico, estabelecendo não apenas custos, mas procurando também soluções para possíveis problemas acerca da administração das relações comerciais e noticiosas.

Ao fim deste trabalho terei um produto jornalístico. Mas principalmente, um modelo de trabalho objetivo, baseado na realidade de mercado e motivação pessoal, para a criação de outros projetos em jornalismo impresso.

Apresento como motivação um interesse pessoal pelo empreendedorismo. Agrada-me iniciar projetos. Porque como já bem disse São Francisco de Assis: “recomecemos, pois ainda pouco ou nada fizemos”. Portanto, resolvi aliar o espírito de pioneirismo e perseverança ao meu interesse pelo jornalismo, pela informação. O desejo de me comunicar é muito grande, bem como o de poder realizar profissionalmente o que me agrada. “O Animalista” não surgiu de um interesse pelo segmento animal, mesmo porque nunca tive um bicho de estimação, mas de um desejo

de poder comunicar e facilitar a comunicação entre as pessoas que se interessam por animais.

O objetivo de produzir esta publicação, ainda que apenas de modo experimental, permitiu minha aproximação com aquilo que eu chamaria de uma qualidade essencial do jornalismo: a pesquisa. Pois para dar informação é preciso ter informação. E é preciso pesquisar para que isso ocorra. O que tornou o desafio maior. Pois iniciar uma publicação que tem como temática algo que o produtor nada ou superficialmente conhece implica, necessariamente, em mais pesquisa.

1. EMPREENDEDORISMO

Decidir-se por projetar um veículo de jornalismo impresso é lançar-se em uma empreitada. O presente projeto pretende se inserir em um viés de mercado a partir de uma visão empreendedora e das necessidades do seu público-alvo. Para isso, cabem aqui algumas considerações sobre empreendedorismo e em particular, no Brasil. Já que o que se espera de um projeto, é que além de poder ser executado, seja sustentável e duradouro.

De acordo com a última pesquisa realizada pela London Business School, que serve de referência para estudos mundiais de economia e negócios, o Brasil está em sétimo lugar nesse quesito. Na penúltima pesquisa realizada pela escola, o Brasil encontrava-se em quinto, o que significa que o brasileiro já está entre os dez povos mais empreendedores do mundo há pelo menos dois anos.

Segundo a mesma pesquisa, um em cada quatro brasileiros economicamente produtivos é dono de uma empresa. São mais de 18 milhões de empresários. Outro dado da London Business School dá ao país um recorde: o de ter mais mulheres entre os empresários iniciantes. A média mundial dá conta de que 30% dos empresários iniciantes são mulheres. No Brasil, elas representam quase 40% dos empreendedores.

Apesar destes dados animadores, no Brasil, como em toda parte do mundo, abrir e fazer prosperar um negócio representa uma tarefa de perseverança. Dados do Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa (Sebrae)¹ mostram que apenas três de cada dez novos negócios chegam ao quinto ano de vida.

Um estudo realizado pelo Sebrae paulista concluiu que sem planejamento as novas empresas rapidamente deixam de existir. O estudo acompanhou empresas estreantes durante cinco anos. As que sobreviveram foram planejadas durante nove meses ou mais. O estudo mostra ainda, um quadro bastante precário: mais da metade

¹ SEBRAE. Revista Sebrae 1ª edição . Matéria de capa. Outubro / novembro 2001.

das empresas abertas de meados da década para cá não conheciam nem procuraram saber a quantidade de clientes que teriam e seus hábitos de consumo. Quase 40% delas não tinham nenhuma idéia sobre a concorrência. A partir desses e de outros dados, é possível concluir que os descuidos de planificação não apenas levam várias empresas a fechar prematuramente, como diminuem consideravelmente a margem de lucro líquido das sobreviventes.

Essa constatação de que muitos candidatos a empresários iniciam despreparados uma nova empreitada casa-se perfeitamente com o elenco de motivações levantadas por outra pesquisa do Sebrae. A principal razão para a abertura de novas empresas é o simples desejo de ter um negócio próprio. A identificação de uma boa oportunidade aparece apenas como a segunda razão. O que a meu ver está fora da ordem correta. Querer não ter patrão é uma motivação legítima, mas ela não pode levar ao equívoco de imaginar que tudo é mais fácil quando se é dono do próprio negócio. Você troca o chefe por uma legião de clientes e colaboradores, que não perdoam atrasos ou falhas. E, segundo empresários bem sucedidos entrevistados pelo Sebrae, o horário de oito horas diárias de trabalho é substituído por jornadas, que não raro, ultrapassam doze horas de trabalho contínuo e o colega carreirista, que faz tudo para ocupar melhores cargos, é substituído pela concorrência.

Mas este pensamento é facilmente compreendido se considerarmos que a resolução de lançar-se na iniciativa privada é causada pela mais absoluta necessidade. Isso porque algumas profissões simplesmente desaparecem e setores da economia encolhem ou passam por processos de automação e racionalização que implicam a dispensa em massa de funcionários. Este processo pode ser observado também nas empresas de comunicação. No caso dos jornais, em específico, já não existem mais profissionais responsáveis apenas pela correção ou diagramação. Estas atividades são desempenhadas pelos repórteres e editores. Outras profissões que estão praticamente extintas, mas ainda existem em alguns veículos, são a do pauteiro, ilustrador e fotógrafo, que na maioria dos jornais já trabalha sem vínculo empregatício.

Não se pode esquecer, é claro, que um sem número de iniciativas nasce da intuição e da realização de sonhos que não cabem em planilhas, projetos estruturados por consultores ou algo semelhante.

Apesar de já ter sido demonstrado ao longo deste texto, prefiro repetir e elencar os requisitos necessários para um negócio ser bem sucedido, com base em pesquisas e entrevistas realizadas pelo Sebrae²:

- Reconhecer quais as tendências do mercado em que pretende atuar;
- Planejar gastos e estratégias;
- Conhecer o perfil do cliente;
- Não subestimar o concorrente, mantendo-se sempre bem informado;
- Ter uma experiência profissional anterior que ajude na condução do seu empreendimento;
- Investir constantemente no negócio, muitas vezes em detrimento da aquisição de bens pessoais;
- Trabalhar, trabalhar, trabalhar.

2. O VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO

2.1. DEFININDO A PUBLICAÇÃO

Defendo que o jornalismo é a profissão para quem gosta de informar. O jornalista precisa ter paixão pela informação e pela “verdade”, ou o mais perto possível que se possa chegar dela. A escrita e a fala são o meio. Informar a quem possa se interessar é o fim.

Cada vez mais o jornalismo tem se especializado, no sentido de dedicar-se a determinados assuntos ou editorias, sem reduzir-se a elas. Por exemplo, um jornalista

² Ibidem.

habituação a trabalhar com cultura deve ter plenas condições de realizar pautas que não sejam da área de sua especialidade. Deste modo, a especialização funcionaria apenas como um recurso, não como um fim. Sendo assim, o que pode parecer uma burocratização do trabalho e inclusive uma “burrocratização” do repórter é, ao meu ver, uma tendência de mercado, onde a segmentação se torna motivo para aprofundamento acerca do assunto, rapidez na finalização da matéria e adequação da linguagem a um público em específico.

Não faço menção, aqui, apenas às divisões e subdivisões de editorias em uma redação. Já que geralmente estas divisões em excesso acontecem apenas nos grandes jornais, que possuem uma equipe no mínimo suficiente para que o trabalho seja concluído de um dia para o outro. Quero chamar a atenção para as divisões e subdivisões que podem ser cada vez mais exploradas no mercado jornalístico.

Em São Paulo, falo aqui da capital do estado, temos jornais de bairro com tiragens que chegam a mais de um milhão de exemplares. Isso representa três vezes a tiragem diária do jornal Gazeta do Povo, da capital paranaense, em dia de semana. Em Curitiba, a Folha do Boqueirão, é líder do segmento, com oito anos de circulação ininterrupta. É o maior jornal de bairro local e, segundo seu proprietário, o jornal mais lido na região sul da cidade. Sua distribuição alcança os bairros do Boqueirão, Alto Boqueirão, Hauer, Uberaba, Sítio Cercado, Xaxim, e o município de São José dos Pinhais, com tiragem de 10.000 exemplares semanal.

A Folha do Boqueirão está sendo bem sucedida justamente por que veio atender aos interesses de uma região considerável da cidade, onde havia um espaço não aproveitado pelo mercado. Seguindo este modelo, procurei um segmento que ainda não tivesse sido contemplado (aliás, isso é o que não falta) e optei por trabalhar com o crescente interesse por animais domésticos - constatado a partir do aumento no número de comércios e serviços direcionados a este público. Daí surgiu “O Animalista”, o projeto de um jornal voltado para, como o próprio nome denuncia, o público que se ocupa e se interessa por animais; neste caso em específico, domésticos.

Optei por confeccionar um jornal. Porque de acordo com as definições encontradas no Manual da Folha (1992), o boletim é uma publicação que trabalha com informações imediatas, circula a pequenos intervalos de tempo e possui um número reduzido de páginas, o que leva a uma pouca variedade temática. Por outro lado, a revista apresenta intervalos maiores entre a circulação de duas edições subsequentes e grande número de páginas, permitindo a ampliação do universo temático, e conteúdo basicamente interpretativo. Portanto, optei pelo jornal, que tem uma periodicidade média. Isso faz com que os textos mereçam um tratamento próximo ao da revista, mais apurado do que os do boletim, para não perderem a atualidade e o interesse. Segundo Luiz Artur Ferraretto e Elisa Kopplin,³ o jornal pode abranger os gêneros interpretativo, opinativo e de entretenimento concomitantemente, que dão às matérias um caráter atemporal, sem que seja necessário abandonar a informação em si. Este pareceu-me o principal diferencial, se comparado com a revista. Neste caso, teria maior liberdade para conduzir os textos do meu jornal. Trabalhando-os ora como informativos e interpretativos, ora como opinativos, ora como de entretenimento, dependendo do objetivo da pauta e da editoria para qual estivesse sendo produzido.

2.2. PÚBLICO-ALVO

Para estabelecer o tema central do produto é essencial saber o público que se pretende atingir. Segundo Elisa Kopplin e Luiz A. Ferraretto (1996) o termo público se refere aos “indivíduos para os quais se destina uma determinada mensagem ou o conjunto de pessoas cujos interesses comuns são atingidos pelas ações de uma organização e cujos atos afetam diversos públicos, que podem ser divididos em interno (funcionários e chefias), externo (clientes, consumidores, governo, imprensa) e misto (acionistas, revendedores e fornecedores)”. É por meio da definição do público-alvo

³ FERRARETTO, Luiz Artur; KOPPLIN, Elisa. Assessoria de imprensa: teoria e prática. 2ª ed. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.

que se delimita a linha editorial, o aspecto gráfico, estratégia de publicidade, divulgação e distribuição.

Porém, quando se fala em definição de público-alvo, se trabalha a idéia estereotipada deste público. Isso porque a adaptação à realidade e ao grupo, bem como a exteriorização, envolvem a identificação, a projeção e a rejeição, já que nas representações coletivas uma considerável parcela desejaria a aprovação social. “As opiniões consideradas pelo indivíduo com a maior cautela; inversamente, se alguém tiver necessidade de agressão e de autonomia, expressá-la-ás sem restrições”⁴. Deste modo, a opção por trabalhar um público em específico apresenta como necessidade descobrir sob qual estereótipo este público se define. Assim, na escolha do público-alvo alguns quesitos precisam ser levados em consideração. Classe social, escolaridade, faixa etária, profissão, estado civil e sexo por exemplo. Porque o tipo de sociedade a qual pertencemos, classe social e as várias relações estabelecidas interferem na formação da opinião.⁵

O próprio veículo de comunicação (o *Animalista*) servirá de fator favorecedor na formação deste público. Porque mesmo que não seja objetivo do veículo, sua interferência altera e induz opiniões, tendo na propaganda de divulgação sua melhor arma de ação. A propaganda molda opiniões e julgamentos, não baseada apenas no mérito da controvérsia, mas, principalmente, agindo sobre os sentimentos. O objetivo precípua da propaganda é implantar uma atitude que venha a ser sentida pelas pessoas como natural, certa e espontânea. Assim, a propaganda deseja criar uma convicção e obter ação de acordo com essa convicção.⁶ Por outro lado, o homem é um ser social, e portanto é passível de influência, quer e deseja a aprovação social.

⁴ DA VIÁ, Sarah Chucid. Opinião Pública: técnica de formação e problemas de controle. São Paulo: Loyola, 1983.

⁵ FREITAS, Sidinéia Gomes. *Formação e desenvolvimento da opinião pública*. In: Revista Comunicarte. Campinas, v.2, n.4, segundo semestre. 1984

⁶ ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Público e opinião pública*. In: Curso de relações públicas. São Paulo: Atlas, 1980.

No entanto, a controvérsia deve ser observada como fato natural em uma sociedade mais evoluída. Assim, a iniciativa empreendedora no jornalismo deve ser discutida e não barrada. Não é porque uma empresa é alvo de críticas que deixará de existir. Pelo contrário, é necessário que se estabeleça o diálogo e que os profissionais da comunicação assumam sua responsabilidade social, pois o público não só deseja, mas principalmente merece explicações, mesmo porque “a imagem que o homem faz de seu ambiente é moldada por suas experiências”⁷.

De fato, a opinião pública deve funcionar como fiscal necessário e, para que isto ocorra, devemos promover uma sociedade de públicos e não de massas, onde o interesse privado se sobrepõe ao público. “Hoje, o que temos é a multidão, que foi característica da antigüidade e da Idade Média. Temos a massa de consumidores. Onde está o público?”⁸

“O Animalista” visa ser um veículo em que o público não se torne mercado de comunicação de massa, mas que tenha a discussão como meio fundamental, ampliando e animando o debate sobre os animais domésticos e as pessoas que se interessam ou estão envolvidas no trato de animais. Por meio de um uso adequado da propaganda, fornecendo mais informações, procurando usar apelos menos irracionais, já que as emoções e os sentimentos não podem ser esquecidos, e sendo um canal de liberdade de expressão, onde o público poderá se manifestar sobre diversos aspectos do universo animal.

2.2.1. A METODOLOGIA

Para conseguir as informações que desejava realizei um pequeno questionário (anexo 1), formulado de forma a ser de rápido preenchimento, sem que fosse

⁷ MEDINA, Cremilda. Notícia: um produto à venda. Jornalismo na sociedade industrial. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.

⁸ FREITAS, S. G., op. Cit.

necessário a identificação de quem o preenchesse. O questionário visou esclarecer as características da maioria do meu público, já que a única informação que eu tinha até então do meu público era de que era formado por interessados ou proprietários de animais. Quanto mais informações, mais fácil torna-se definir editorias, pautas e buscar anúncios publicitários (funciona como argumento explicar para um anunciante que boa parte dos leitores da publicação tende a se interessar pelo produto que ele anuncia).

Resolvi direcionar o questionário para pessoas adultas – proprietárias de animais, embora as crianças sejam sua grande maioria. Razão porque também destinarei uma editoria para o público infantil.

O questionário foi respondido por cem pessoas. Grupos de dez questionários idênticos foram distribuídos por dez estabelecimentos freqüentados pelo público-alvo em potencial da publicação em questão. Indiquei ao funcionário que ficou responsável em cada estabelecimento, que distribísse cinco questionários na sexta-feira e cinco no sábado, sempre aos primeiros clientes, independente de sexo.

Foram contemplados três consultórios de veterinária⁹, um no centro da cidade, um num bairro da região norte, outro na região sul. Também receberam questionários para serem preenchidos uma loja de equipamentos para aquários¹⁰, um aviário¹¹, um hotel de animais¹², três pet shops¹³ e o Jockey Clube de Curitiba - já que alguns proprietários de cavalos deixam seus animais “hospedados” no Jockey ou em haras, e os consideram animais domésticos.

Com base nos resultados, descobri que o público que pretendia atingir era formado em sua maioria por:

⁹ Best in Company, localizado na Avenida Sete de Setembro, 5811 loja 2; Hospital veterinário UFPR, na Rua dos Funcionários, 1540 e Caninos's Center, situado na Avenida dos estados, 853

¹⁰ Aquabetta, na Rua Dr. Fraive, 700.

¹¹ Aviário São Paulo, sito à Rua Voluntários da Pátria, 87.

¹² Maestro cão, localizado na Rua Maestro Antonelo, 1453.

¹³ Pet Água Verde, na Brasília Itiberê, 4366 loja 4; Senko, na Padre Agostinho, 1168 e Faccio e filhos, sito à Travessa Percy Withers, 72 conjunto 1001.

- mulheres,
- com idade entre 21 e 30 anos,
- sem filhos ou com até dois filhos,
- com ensino médio completo,
- que trabalham fora de casa,
- que são solteiras ou vivem em uniões informais,
- com renda familiar entre 1000 e 3000 reais,
- com até dois animais de estimação, na maioria cachorros.

Constato ainda que, a segunda maioria do meu público era formada por homens, com idade entre 31 e 40 anos, divorciados ou em uniões informais, com características semelhantes a da primeira maioria, exceto pelo grau de escolaridade: superior completo.

2.3. EDITORIAS

Acredito que o número de editorias dependa não somente do público-alvo, mas também do tempo e do material humano disponível. É praticamente impossível dar conta de tudo com uma qualidade ímpar. Para que um assunto possa ser considerado editoria, precisa render notícia em todas as edições.

Por isso, é preciso definir o que vem a ser notícia. De acordo com a bibliografia consultada¹⁴, posso definir notícia como informação de interesse público, ou seja, aquilo que interessa ao público-alvo definido. A disputa presidencial será sempre notícia, pois o resultado dela afeta a vida de todos. Mas assuntos de interesse nacional o leitor pode encontrar nos jornais diários de sua preferência. Por isso, no caso de jornais temáticos, notícia seria aquilo que interessa diretamente ao meu público, e não necessariamente assuntos encontrados em outros jornais de interesse geral.

¹⁴ FOLHA DE SÃO PAULO. Novo manual de redação. São Paulo: Folha de São Paulo, 1992.

O manual da Folha (1992), indica que “quanto mais pessoas possam ter sua vida afetada pela notícia, mais importante ela é”. Isso, porque a Folha é um jornal lido em todo o Brasil. No meu caso a pergunta deveria ser: até que ponto este assunto interessa para os meus leitores, dentro da proposta da minha publicação? Quanto mais pessoas do meu público-alvo forem afetadas pelo assunto, mais importante ele será para meu produto.

Para o mesmo manual, o ineditismo é considerado outro fator importante para definir o que é ou não notícia. Segundo o mesmo Manual, no caso de publicações esporádicas, como a minha, de periodicidade mensal, o ineditismo tem que ser alcançado de uma forma diferenciada, já que possivelmente irei me deparar com informações já tratadas em outros jornais. Por isso, mudar o ângulo de visão da notícia seria um recurso bem acessível para garantir o “ineditismo” dentro das reais possibilidades temporais. Isso significa que, por não estar produzindo um jornal diário, seria desaconselhável tratar a notícia como acontecimento inédito. Por exemplo, no caso da cadela Catita, que salvou uma criança de um Pitbull – e que teve grande repercussão nacional, na minha publicação eu não deveria trabalhar a notícia dando a mesmas informações que os leitores já encontram nos jornais diários. Neste caso a opção seria dar um tratamento diferenciado à notícia, enfatizando o interpretativo ou o comparativo, buscando novos casos, de menor repercussão, por exemplo.

O manual da Folha traz também o quesito da improbabilidade. “A notícia menos provável é mais importante do que a esperada”. E por último, a empatia. Quanto mais pessoas puderem se identificar com o personagem e a situação da notícia, mais importante ela é. Tudo está resumido na palavra “interesse”.

Pensando nestes conceitos resolvi estabelecer as seguintes editorias para o jornal:

- Veterinária - com matérias relacionadas à saúde, sempre com entrevistas de especialistas;
- Acessórios e Higiene - novidades do mercado para este fim, ou ainda análise dos principais produtos disponíveis;

- Raças e pedigrees - informações acerca da variedade de raças em uma determinada espécie (por exemplo cães e gatos) ou família biológica (por exemplo roedores e aves) e suas principais características;
- Geral – espaço previsto para permitir uma maior liberdade de assuntos, contemplando também os que não foram abordados pelas outras editorias; tais como, exposições de animais e animais exóticos;
- Selvagem - reportagens sobre animais que, a princípio, não são domésticos; por exemplo, o papagaio;
- Eu e meu animal - um espaço para o leitor contar sua história e de seu animal ou de algum momento interessante pelo qual passaram juntos;
- Kids - direcionada ao público infantil e pré-adolescente; a intenção é trazer curiosidades sobre os animais e dicas de como cuidar ou escolher seus animais domésticos.

As páginas centrais do jornal estão previstas para matéria de capa ou assuntos especiais - os quais poderão ter como pauta uma matéria que diga respeito a qualquer uma das outras editorias. Também está previsto um espaço para classificados, editorial, expediente, cartas, curiosidades e entretenimento, além dos espaços publicitários.

2.3.1. CUIDADOS COM A INFORMAÇÃO

Apesar das definições já apresentadas de notícia, cabe ainda algumas considerações sobre os cuidados que devem ser tomados com a informação, já que informar é um dos principais objetivos do jornalismo.

Pensem na notícia como um relato do fato e não como o fato propriamente dito. Deste modo, a notícia seria uma versão possível de um fenômeno social¹⁵ e os

¹⁵ LAGE, Nilson. Ideologia e técnica da notícia. Petrópolis: Vozes, 1990.

fatos jornalísticos um recorte contínuo, uma parte que, em certa medida, é separada do todo. “O texto que o leitor vê impresso não é produto direto da coleta de dados e informações puras, mas uma leitura e interpretação desse conjunto”¹⁶. Encontram-se aí, já, duas filtragens: a primeira está na captação das declarações de quem concede a entrevista à reportagem, e a segunda reside na reelaboração do material coletado.

É certo que o leitor deve realizar-se com a leitura, “que deve dizer a ele aquilo que ele não formula por si mesmo”¹⁷. Deste modo, mais que informação, o leitor precisa de um produto assim, a fim de saber o que pensar, como pensar e para que pensar. Portanto, o leitor assimila as elaborações para realizar-se e saber como agir para ser aprovado pela sociedade, enquadrando-se em estereótipos. “A Fábrica da ideologia, por sua vez, não se realiza em si mesma, mas se realiza a partir da realização alheia que nela é projetada e este falseamento sistemático da razão constitui o que se poderia chamar de razão autoritária”¹⁸.

Encontramos na imprensa atual, inclusive nos veículos menores e segmentados, a mesma postura conservadora de Robert Park¹⁹ sobre a função da notícia, onde o objetivo é orientar o homem e a sociedade num mundo real, a fim de preservar sua sanidade, integração e permanência na sociedade vigente.

Apesar da Lei da Imprensa (Anexo 2), do Código de ética dos jornalistas (Anexo 3), da Declaração de princípios para a conduta dos jornalistas (Anexo 4) e outros documentos, segundo Washington Novaes²⁰ não há nada na legislação brasileira que efetivamente proteja o cidadão receptor da informação, nem o profissional que trabalha com essa informação. Assim, penso que muito pouco impede que um meio de comunicação noticie, informe, exatamente o contrário dos fatos e dos testemunhos,

¹⁶ BUCCI, Eugênio. *Uma razão autoritária*. In: O peixe morre pela boca: oito artigos sobre cultura e poder. São Paulo: Scritta, 1993.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ PARK, Robert E. *A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento*. In: STEINBERG, Charles, (org) Meios de comunicação de massa. São Paulo: Cultrix, s/d.

²⁰ NOVAES, Washington. A quem pertence a informação. Petrópolis: Vozes, 1996.

principalmente num mercado de trabalho cruel, que não permite ao jornalista questionar, sob pena de demissão.

Se informação é poder, acredito que uma das funções do jornalista é trabalhar para que todos os cidadãos tenham igual acesso à informação. Para isso é necessário uma reformulação nos meios de comunicação e no exercício do jornalismo. Por isso percebo a importância do jornalismo independente, que ouse não estar atrelado ao poder político ou econômico, pois “quando o poder e a imprensa se dão muito bem, o leitor se dá mal”²¹. Bem como a necessidade do debate constante.

“O Animalista” parte também desta preocupação. Pois foi pensado não de modo a ser um preservador da sociedade como tal, nem de ditar padrões comportamentais a respeito da criação de animais, mas de ser justamente um canal de comunicação e debate sobre questões que tenham relação com o universo animal, principalmente em ambientes domésticos. Destinando espaços tanto aos proprietários e criadores como aos especialistas.

2.4. FORMATO E ESTILO

Optei por trabalhar com o tamanho tablóide, por ser de fácil manuseio, facilitando a leitura nos espaços privilegiados do meu público-alvo, como salas de espera de consultórios veterinários. O tablóide também facilitaria a distribuição e exposição do material nos estabelecimentos comerciais.

Com relação às páginas, escolhi trabalhar com o número de doze, incluindo a capa. Desta forma, o volume do jornal seria satisfatório para o número de editorias com as quais pretendo trabalhar e suficiente para uma publicação de periodicidade média.

²¹ DIMENSTEIN, Gilberto. *As armadilhas do poder*. In: A aventura da reportagem. São Paulo: Summus, 1990.

A idéia inicial era produzir uma publicação com capa e contracapa coloridas, e o restante do jornal em preto e branco. E o papel utilizado seria, a princípio, o couchê, por ser de estética muito próxima ao papel jornal, mas permitir uma maior durabilidade e uma visão mais clara - por ser branco em sua cor natural. Mas tanto as cores de impressão do jornal, como o papel, dependeriam dos custos, que ainda estavam para ser calculados.

A fim de facilitar a leitura e agradar a maioria do meu público, bem como procurar fugir das tradicionais Times e Arial, optei por trabalhar com a fonte Bookman Old Style, serifada e de formato arredondado. Segundo Cláudio Rocha (2002), as fontes serifadas representam maior legibilidade de leitura e os tipos de formato arredondado causam impressão de leveza e continuidade. Segundo Rocha, esse padrão mais fluido agradaria o gosto feminino. Escolhi esta fonte pensando também na Segunda maioria do meu público, no caso masculino, uma vez que o tipo Bookman Old Style tem características tradicionais, próximas ao estilo datilografado que, de acordo com o autor, seria do agrado estético da maioria dos homens.

Decidi pela diagramação em 5 colunas. Este modelo é o padrão dos jornais deste formato, o que diminuiria as chances de desconforto visual dos leitores, já acostumados a esta estrutura.

3. VIABILIDADE

3.1. CUSTOS DA PUBLICAÇÃO

Um veículo de comunicação depende principalmente de confiabilidade, tanto de seus leitores, como de seus anunciantes, o que requer tempo de circulação. Dificilmente se ganha dinheiro na primeira edição e, geralmente, o empreendedor ainda tem que arcar com muitas despesas. Por isso, o primeiro passo, antes de iniciar

realmente o trabalho, é calcular os custos para produzir o jornal no formato e conteúdo desejados.

Para isso, fiz uma previsão dos custos que teria e os organizei em uma tabela (anexo 5), com valores aproximados e qualificados como mínimos; estabelecidos para um jornal de pequena circulação, periodicidade média, impresso em uma cor e tendo um pequeno número de funcionários. Conclui que a primeira edição deste jornal sairia por aproximadamente cinco mil reais, para a impressão de 3 mil exemplares. Sendo que meus gastos por edição girariam em torno de quatro mil reais. Como meu objetivo era não desembolsar nada, uma opção seria a busca de um patrocinador, pelo menos para os custos de impressão.

3.2. TIRAGEM, PERIODICIDADE E DISTRIBUIÇÃO

Compreendo que são as condições financeiras e de recursos humanos que irão indicar de quanto em quanto tempo meu produto será colocado na rua. Além do compromisso social com o leitor e os compromissos comerciais com os anunciantes. Sei que a periodicidade é essencial para a credibilidade do meu produto. E que todos os processos estão interligados. A periodicidade vai influenciar até mesmo no tipo de gramatura do papel. Se minha publicação precisa durar dois meses em cima da mesa de um consultório, por exemplo, preciso ter em mente que deverei utilizar um material que garanta a durabilidade necessária.

Após ter realizado a previsão dos meus gastos, optei por começar com uma publicação de periodicidade mensal, inclusive pela disponibilidade de pessoal. Para começar, trabalharei com apenas um jornalista. Deste modo, tendo que acumular a orientação editorial, de reportagens e funções administrativas, venda de espaços e divulgação, estaria arriscando não conseguir cumprir com os prazos estabelecidos.

Como já explicitado anteriormente, resolvi definir a primeira edição com a impressão de apenas mil exemplares, em uma cor (preto) e em papel jornal (apesar de ter sido previsto outro) – para minimizar os custos.

A intenção é fazer inicialmente uma distribuição gratuita do jornal e após pelo menos seis meses de circulação ininterrupta, iniciar um trabalho de assinaturas para entrega domiciliar. À princípio o material seria distribuído por mim e funcionários, nos estabelecimentos comerciais ou de serviço destinados ao cuidado de animais.

4. PUBLICIDADE

4.1. DEFININDO O ESPAÇO

Nas grandes publicações, são reservados de 40% a 60% do espaço total do jornal para publicidade. Optei por 50%, mas planejando diminuir para 40% ou 30% com o passar do tempo e com o início de um serviço de assinaturas, o que ajudaria a manter o jornal. Sendo o meu produto formato tablóide, calculei que teria de área útil por página, aproximadamente 28 centímetros de altura por 25 centímetros de largura, o que daria um total de 700 centímetros por página.

Portanto, para uma publicação de 12 páginas, teria um total de 8400 centímetros de área útil. Destinando 50% do espaço total, defini que meu espaço publicitário, por edição, deveria ser próximo a 4.200 centímetros, incluindo os anúncios classificados.

4.2. ESTABELECENDO OS PREÇOS

Após consultar jornais como a Gazeta do Povo, O Estado do Paraná e Jornal do Estado, percebi que a maneira mais usada de cobranças de anúncios é feita baseada em centímetro por coluna.

Visando utilizar um método semelhante e com meu espaço publicitário e custos definidos, segui os seguintes passos: dividi os meus gastos pelo total de área útil em centímetros e concluí que o centímetro do meu jornal valeria 59 centavos, mesmo quando não visasse publicidade.

Isso significaria que se eu vendesse todos os meus 4.200 centímetros previstos para fim publicitário, arrecadaria apenas metade do necessário. Por considerar 50% um acréscimo abusivo para uma publicação iniciante, acrescentei 20% ao valor. Assim, o centímetro do meu jornal ficou estabelecido como valendo 71 centavos.

Segundo a mecânica da visão²², as páginas da direita são mais visadas pelo leitor. Principalmente nos cantos inferiores. Tendo em vista este aspecto, resolvi acrescentar novamente 20% ao valor do centímetro. Isso, quando o anúncio estiver em uma destas páginas. Assim, nas páginas da direita, o meu centímetro valeria 85 centavos.

A contracapa valeria 50% a mais, ou seja, R\$1,42 o centímetro. Porque representa maior destaque, se comparada com as páginas do interior do jornal. Mas estaria, a princípio, destinada integralmente a um patrocinador, que contribuiria com o valor de R\$975. O que significaria uma economia de R\$34 no valor do anúncio, caso fosse fazê-lo conforme a metodologia definida.

Para melhor me organizar e manter uma estética agradável no jornal, elaborei alguns tamanhos fixos de anúncios (anexo 6). Desta forma, teria os valores já estabelecidos, além do demonstrativo visual, o que facilitaria a negociação e venda do espaço.

Para os anúncios classificados seria mantido o valor de 59 centavos o centímetro. Estabelecendo um padrão de 2x5 centímetros, teríamos um valor de R\$6 por classificado. Esse valor seria considerado padrão, mesmo que o espaço necessário fosse maior que o estabelecido, a fim de facilitar a venda dos espaços.

²² *in* ROCHA, 2002.

4.3. FIRMANDO O CONTRATO

É importante redigir um modelo de contrato, para ser usado nos acordos comerciais. Isso, com o fim de evitar problemas ou desentendimentos por conta de interesses comerciais.

Neste contrato deve constar o valor acertado, bem como a negociação para pagamento deste valor e penalidades para o atraso ou não pagamento da dívida. Além de identificar claramente, com o maior número de dados possível, a pessoa jurídica ou física que está comprando o espaço. Também é importante que conste como foi acordado o anúncio, ou seja, se para publicação nas páginas da direita ou esquerda, dimensões e se em posição horizontal ou vertical.

De alguma maneira, deve constar também no contrato que os serviços acordados são apenas de interesse comercial. Prevendo eliminar qualquer interferência no que diz respeito a escolha de pautas e publicação noticiosa.

Esta etapa não será realizada neste projeto, tendo em vista que ainda estou produzindo o piloto do meu produto, e a venda dos anúncios deveria acontecer com, no mínimo, as datas para impressão e distribuição já definidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a conclusão deste trabalho, tornou-se mais evidente para mim as dificuldades e os cuidados que devem ser tomados por um empreendedor e sobretudo, a influência que a inexperiência em gerenciar tem sobre os resultados.

De acordo com o professor Pulquerio Figueiredo Bittencourt²³, o trabalho informal e empreendedor cresceu no Brasil ao mesmo tempo que os empregos murcharam. Analisando os dados da Pesquisa Nacional de Amostragem de Domicílios (Pnad), Bittencourt constatou que, entre 1992 e 2000, o número de trabalhadores não assalariados na classe média aumentou 20,5%. Nesse período, sua participação na renda nacional subiu 29,6%. “A globalização obrigou as empresas a reduzir seus quadros em busca de eficiência. Mais gente, portanto, terá de se acostumar a ser dona do próprio negócio”²⁴.

No mercado de comunicação esta realidade já pode ser observada. Já se é possível encontrar muitos trabalhadores informais nos meios de comunicação social - muitos prestadores de serviços, mas ainda são poucos (pelo menos no que posso observar em Curitiba) os empreendedores.

Penso que a razão disso seja educacional. Pois a maioria de nós, não está preparada para liderar e iniciar um projeto, mas foi educada para obedecer e reproduzir. E este processo ainda está sendo repensado, ou seja, representa uma mudança a médio e longo prazo no ensino e incentivo à pesquisa.

Para mim seria muito satisfatório perceber um aumento no número de jornais de bairro, comunitários ou direcionados a outros segmentos em Curitiba e região metropolitana, já que contamos com vários espaços no mercado a serem preenchidos – taxistas, adeptos do fitness, segmento country, gincaneiros e outros . E este aumento

²³ Coordenador do curso de Economia da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

²⁴ BITTENCOURT, Pulquerio Figueiredo. Entrevista concedida a Cristiane Lucia Souza. Curitiba, 28 de fevereiro de 2003.

no número de jornais, representaria mais do que novos veículos de comunicação e opções de leitura, um aumento nos canais de comunicação de que a sociedade dispõe para manifestar suas opiniões acerca de qualquer assunto.

Realizar este trabalho me proporcionou entrar em contato com um assunto até então desconhecido por mim. O resultado foi que em muitos momentos me encontrei fascinada pelo mundo animal e pelo trabalho que estava realizando. De forma a cogitar a possibilidade de realizá-lo enquanto projeto de fato. Mesmo porque, percebi que a publicação, ou simplesmente a idéia dela despertou muito interesse nas pessoas que entrevistei. Por isso a profissão de jornalista é estimulante. Por meio dela se é possível descobrir novos mundos e aprender sempre. Existindo ainda a possibilidade de dividir este conhecimento e, portanto, ensinar.

Por fim, “O Animalista” seria uma publicação como o próprio nome denuncia, também um leitor. Pois todo o cuidado que seria tomado com a informação e a busca de constante debate com o público faria com que os interesses viessem de encontro ao interesse do público-alvo. Assim o uso do artigo se faz imprescindível, o veículo não é apenas direcionado ao público animalista, mas é ele próprio um interessado e envolvido no trato de animais.

REFERÊNCIAS

1. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- BARBOSA, Rui. *A imprensa e o dever da verdade*. São Paulo: Com-Arte, Editora da Universidade de São Paulo, 1990.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1993.
- CHILDS, Harwood L., *Opinião Pública e controle social*. In: Relações públicas, propaganda e opinião pública. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 1967.
- CORNU, Daniel. Ética da informação. Tradução Laureano Pelegrin. Bauru, SP: EDUSC, 1998.
- DIMENSTEIN, Gilberto; KOTSCHO, Ricardo. A aventura da reportagem. São Paulo: Summus, 1990.
- EDITORA ABRIL. Manual de estilo editora abril: um manual prático de redação para jornalistas, escritores, editores, estudantes e profissionais ou amadores. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.
- FOLHA DE SÃO PAULO. Manual escolar de redação. São Paulo: Atica, 1994.
- GENRO FILHO, Adelmo. O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo. Tchê, 1987.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design Gráfico: invisível ao ilegível. 2AB Editora, 2002.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Manual de redação e estilo. São Paulo: O Estado de São Paulo, 1990.

ROSSI, Clóvis. O que é jornalismo. 9ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1991. Coleção Primeiros Passos.

SEBRAE. Revista Sebrae 4ª edição. Matéria de capa. maio / junho 2002.

SEBRAE. Revista Sebrae 6ª edição. Matéria de capa. setembro / outubro 2002.

SISTEMA GLOBO DE RÁDIO. Manual de redação. Rio de Janeiro: Globo, 1997.

SUMMUS EDITORIAL. Diagramação. 5ª ed. São Paulo: Summus, 1999.

2. BIBLIOGRAFIA CITADA

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. *Público e opinião pública*. In: Curso de relações públicas. São Paulo: Atlas, 1980.

BUCCI, Eugênio. *Uma razão autoritária*. In: O peixe morre pela boca: oito artigos sobre cultura e poder. São Paulo: Scritta, 1993.

DA VIÁ, Sarah Chucid. Opinião Pública: técnica de formação e problemas de controle. São Paulo: Loyola. 1983.

- DIMENSTEIN, Gilberto. *As armadilhas do poder*. In: A aventura da reportagem. São Paulo: Summus, 1990.
- FERRARETTO, Luiz Artur; KOPPLIN, Elisa. Assessoria de imprensa: teoria e prática. 2ª ed. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.
- FOLHA DE SÃO PAULO. Novo manual de redação. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.
- FREITAS, Sidinéia Gomes. *Formação e desenvolvimento da opinião pública*. In: Revista Comunicarte. Campinas, v.2, n.4, segundo semestre. 1984
- LAGE, Nilson. Ideologia e técnica da notícia. Petrópolis: Vozes, 1990.
- MEDINA, Cremilda. Notícia: um produto à venda. Jornalismo na sociedade industrial. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.
- NOVAES, Washington. A quem pertence a informação. Petrópolis: Vozes,. 1996.
- PARK, Robert E. *A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento*. In: STEINBERG, Charles, (org) Meios de comunicação de massa. São Paulo: Cultrix, s/d.
- ROCHA, Cláudio. Projeto tipográfico. São Paulo: Rosari, 2002.
- SEBRAE. Revista Sebrae 1ª edição. Matéria de capa. outubro / novembro 2001.

3. SITES

<http://www.sebrae.com.br>

<http://www.sindjorpr.org.br>

<http://www.acasadoanimal.com.br/>

<http://www.bichon.com/abisc2000/>

<http://www.angelfire.com/nc/animaisdeestimacao/main.html/>

<http://www.anelreinoanimal.cjb.net/>

<http://www.geocities.com/animaisdomesticos.com/>

<http://members.xoom.com/animaisraros/>

<http://www.animal.com.br/>

<http://www.animalworld.com/>

<http://www.cachorrosegatos.com.br/>

ANEXOS

1. PERFIL DOS PROPRIETÁRIOS DE ANIMAIS DOMÉSTICOS

Sexo: M() / F() Filhos: sim () / não () Se sim, quantos? _____

Idade:

de 15 à 20 anos () / de 21 à 30 anos () / de 31 à 40 anos () / de 41 à 50 anos () /
acima de 51 anos ()

Estado civil:

solteiro(a) () / casado(a) () / divorciado(a) () / separado(a) () / união informal () /
viúvo(a) ()

Profissão : _____

Escolaridade:

fundamental incompleto () / fundamental completo () / médio incompleto () /
médio completo () / superior incompleto () / superior completo () / especialização,
mestrado, doutorado ()

Renda familiar:

até 500 reais () / de 500 à 1000 reais () / de 1000 à 3000 reais () / acima de 3000
reais ()

Quantos animais de estimação: _____

Quais: _____

O Animalista _____ 32

2. LEI DE IMPRENSA

Lei nº 5.250, e 9/2/1967 - Regula a liberdade de manifestação do pensamento e da informação.

O Presidente da República:

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Capítulo I

Da Liberdade de Manifestação do Pensamento e da Informação

Art. 1º. É livre a manifestação do pensamento e a procura, o recebimento e a difusão de informações ou idéias, por qualquer meio, e sem dependência de censura, respondendo cada um, nos termos da lei, pêlos abusos que cometer.

§ 1º. Não será tolerada a propaganda de guerra, de processos de subversão da ordem política e social ou de preconceitos de raça ou classe.

§ 2º. O disposto neste artigo não se aplica a espetáculos e diversões públicas, que ficarão sujeitos à censura, na forma da lei, nem na vigência do estado de sítio, quando o Governo poderá exercer a censura sobre os jornais ou periódicos e empresas de radiodifusão e agências noticiosas, em relação aos executores daquela medida.

Art. 2º. É livre a publicação e circulação, no território nacional, de livros e de jornais e outros periódicos, salvo se clandestinos (art. 11) ou quando atentem contra a moral e os bons costumes.

§ 1º. A exploração dos serviços de radiodifusão depende de permissão ou concessão federal, na firma da lei.

§ 2º. É livre a exploração de empresas que tenham por objeto o agenciamento de notícias, desde que registradas nos termos do artigo 8º.

Art. 3º. É vedada a propriedade de empresas jornalísticas, sejam políticas ou simplesmente noticiosas, a estrangeiros e a sociedade por ações ao portador.

§ 1º. Nem estrangeiro nem pessoas jurídicas, excetuados os partidos políticos nacionais, poderão ser sócios ou participar de sociedades proprietárias de empresas jornalísticas, nem exercer sobre elas qualquer tipo de controle direto ou indireto.

§ 2º. A responsabilidade e a orientação intelectual e administrativa das empresas jornalísticas caberão, exclusivamente, a brasileiros natos, sendo rigorosamente vedada qualquer modalidade de contrato de assistência técnica com empresas ou organizações estrangeiras, que lhes faculte, sob qualquer pretexto ou maneira, ter participação direta, indireta ou sub-reptícia, por intermédio de propositos ou empregados, na administração e na orientação da empresa jornalística.

§ 3. A sociedade que explorar empresas jornalísticas poderá ter firma civil ou comercial, respeitadas as restrições constitucionais e legais relativas à sua propriedade e direção.

§ 4. São empresas jornalísticas, para os fins da presente Lei, aquelas que editarem jornais, revistas ou outros periódicos. Equiparam-se às empresas jornalísticas, para fins de responsabilidade civil e penal, aquelas que explorarem serviços de radiodifusão e televisão, agenciamento de notícias e as empresas cinematográficas. (Nova redação dada pela Lei nº 7.300, de 27/3/85. DO de 28/3/85.)

§ 5º. qualquer pessoa que emprestar seu nome ou servir de instrumento para violação do disposto nos parágrafos anteriores ou que emprestar seu nome para se ocultar o verdadeiro proprietário, sócio, responsável ou orientador intelectual ou administrativo das empresas jornalísticas será punida com a pena de 1 a três anos de detenção e multa de 10 a 100 salários mínimos vigentes na Capital do País.

§ 6º. As mesmas penas serão aplicadas àquele em proveito de quem reverter a simulação ou que a houver determinado ou promovido.

§ 7º. Estão excluídas do disposto nos parágrafos 1º e 2º deste artigo as publicações científicas, técnicas, culturais e artísticas (Incluído pelo Decreto-Lei nº 207, de 27/2/1967).

Art. 4º. Caberá exclusivamente a brasileiros) s natos a responsabilidade e a orientação intelectual e administrativa dos serviços de notícias, reportagens, comentários, debates e entrevistas, transmitidos pelas empresas de radiodifusão.

§ 1º. É vedado às empresas de radiodifusão manter contratos de assistência técnica com empresas ou organizações estrangeiras, quer a respeito de administração, quer de orientação, sendo rigorosamente proibido que estas, por qualquer forma ou modalidade, pretexto ou expediente, mantenham ou nomeiem servidores ou técnicos que, de forma direta ou indireta, tenham intervenção ou conhecimento da vida administrativa ou da orientação da empresa de radiodifusão.

§ 2º. A vedação do parágrafo anterior não alcança a parte estritamente técnica ou artística da programação e do aparelhamento da empresa.

Art. 5º. As proibições a que se referem o § 2º do artigo 3º e o § 1º do artigo 4º não se aplicam aos casos de contrato de assistência técnica, com empresa ou organização estrangeira, não superior a seis meses e exclusivamente referente à fase de instalação e início de funcionamento de equipamento, máquinas e aparelhamento técnico.

Art. 6º. Depende de prévia aprovação de CONTEL qualquer contrato que uma empresa de radiodifusão pretenda fazer com empresa ou organização estrangeira, que possa, de qualquer forma, ferir o espírito das disposições dos artigos 3º e 4º, sendo também proibidas quaisquer modalidades contratuais que, de maneira direta ou indireta, assegurem a empresas ou organizações estrangeiras participação nos lucros brutos ou líquidos das empresas jornalísticas ou de radiodifusão.

Art. 7º. No exercício da liberdade de manifestação do pensamento e de informação não é permitido o anonimato. Será, no entanto, assegurado e respeitado o sigilo quanto às fontes ou origem de informações recebidas ou recolhidas por jornalistas, rádiorepórteres ou comentaristas.

§ 1º. Todo jornal ou periódico é obrigado a estampar, no seu cabeçalho, o nome de diretor ou redator-chefe, que deve estar no gozo dos seus direitos civis e políticos, bem como indicar a sede da administração e do estabelecimento gráfico onde é impresso,

sob pena de multa diária, de, no máximo, um salário mínimo da região, nos termos do artigo 10.

§ 2º, Ficará sujeito à apreensão pelo autoridade policial todo impresso que, por qualquer meio, circular ou for exibido em público sem estampar o nome do autor e editor, bem como a indicação da oficina onde foi impresso, serie da mesma e data da impressão.

§ 3º. Os programas de noticiário, reportagens, comentários, debates e entrevistas, nas emissoras de radiodifusão, deverão enunciar, no princípio e no final de cada um, o nome do respectivo diretor ou produtor.

§ 4º. O diretor ou principal responsável do jornal, revista, rádio e televisão manterá em livro próprio, que abrirá e rubricará em todas as folhas, para exhibir em juízo, quando para isso for intimado, o registro dos pseudônimos, seguidos das assinaturas dos seus utilizantes, cujos trabalhos sejam ali divulgados.

Capítulo II.

Do Registro

Art. 8º. Estão sujeitos a registro no cartório competente do Registro Civil das Pessoas Jurídicas:

I - os jornais e demais publicações periódicas;

II. - as oficinas impressoras de quaisquer natureza, pertencentes a pessoas naturais ou jurídicas;

II. - as empresas de radiodifusão que mantenham serviços de notícias, reportagens, comentários, debates e entrevistas;

IV - as empresas que tenham por objeto o agenciamento de notícias.

Art. 9º. O pedido de registro conterà as informações e será instruído com os documentos seguintes:

I - no caso de jornais ou outras publicações periódicas:

a) título do jornal ou periódico, sede da redação, administração e oficinas impressoras, esclarecendo, quanto a estas, se são próprias ou de terceiros, e indicando, neste caso, os respectivos proprietários;

b) nome, idade, residência e prova de nacionalidade do diretor ou redator-chefe;

c) nome, idade, residência e prova de nacionalidade do proprietário;

d) se propriedade de pessoa jurídica, exemplar do respectivo estatuto ou contrato social e nome, idade, residência e prova da nacionalidade dos diretores, gerentes e sócios da pessoa jurídica proprietária.

II. - no caso de oficinas impressoras;

a) nome, nacionalidade, idade e residência do gerente e do proprietário, se pessoa natural;

b) sede da administração, lugar, rua e número onde funcionam as oficinas e denominação desta;

c) exemplar do contrato ou estatuto social, se pertencentes a pessoa jurídica.

II. - no caso de empresas de radiodifusão:

a) designação de emissora, sede da sua administração e local das instalações do estúdio;

b) nome, idade, residência e prova de nacionalidade do diretor ou redator-chefe responsável pelos serviços de notícias, reportagens, comentários, debates e entrevistas.

IV - no caso de empresas noticiosas:

a) nome, nacionalidade, idade e residência do gerente e do proprietário, se pessoa natural;

b) sede da administração;

c) exemplar do contrato ou estatuto social, se pessoa jurídica.

Parágrafo único. As alterações em qualquer dessas declarações ou documentos deverão ser averbadas no registro no prazo de 8 (oito) dias.

Art. 10. A falta de registro das declarações exigidas no artigo anterior, ou de averbação da alteração, será punida com multa que terá o valor de meio a dois salários mínimos da região.

§ 1º. A sentença que impuser a multa fixará prazo, não inferior a 20 dias, para registro ou alteração das declarações.

§ 2º. A multa será liminarmente aplicada pela autoridade judiciária e cobrada por processo executivo, mediante ação do Ministério Público, depois que, marcado pelo juiz, não for cumprido o despacho.

§ 3º. Se o registro ou alteração não for efetivado no prazo referido no § 1º deste artigo, o juiz poderá impor nova multa, agravando-a de 50% (cinquenta por cento) toda vez que seja ultrapassado de dez dias o prazo assinalado na sentença.

Art. 11. Considera-se clandestino o jornal ou outra publicação periódica não registrada nos termos do artigo 9º ou em cujo registro não constem o nome e qualificação do diretor ou redator e do proprietário.

Capítulo III

Dos Abusos no Exercício da Liberdade de Manifestação do Pensamento e Informação

Art. 12. Aqueles que, através dos meios de informação e divulgação, praticarem abusos no exercício da liberdade de manifestação do pensamento e informação ficarão sujeitos às penas desta lei e responderão pelos prejuízos que causarem.

Parágrafo único. São meios de informação e divulgação, para os efeitos deste artigo, os jornais e outras publicações periódicas, os serviços de radiodifusão e os serviços noticiosos.

Art. 13. Constituem crimes na exploração ou utilização dos meios de informação e divulgação os previstos nos artigos seguintes.

Art. 14. Fazer propaganda de guerra, de processos para subversão da ordem política e social ou de preconceitos de raça ou classes:

Pena:. De 1 (um) a 4 (quatro) anos de detenção.

Art. 15. Publicar ou divulgar:

a) segredo de Estado, notícia ou informação relativa à preparação de defesa interna ou externa do País, desde que o sigilo seja justificado como necessário, mediante norma ou recomendação prévia determinando segredo, confidencia ou reserva.

b) notícia ou informação sigilosa, de interesse da segurança nacional, desde que exista, igual mente, norma ou recomendação prévia determinando segredo, confidencia ou reserva.

Pena: De 1 (um) a 4 (quatro) anos de detenção.

Art. 16. Publicar ou divulgar notícias falsas ou fatos verdadeiros truncados ou deturpados, que provoquem:

I - perturbação de ordem pública ou alarma social;

II. - desconfiança no sistema bancário ou abalo de crédito de instituição financeira ou de qualquer empresa, pessoa física ou jurídica;

III. - prejuízo ao crédito da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município;

IV - sensível perturbação na cotação das mercadorias e dos títulos imobiliários no mercado financeiro.

pena: De 1 (um) a 6 (seis) meses de detenção, quando se tratar do autor do escrito ou transmissão incriminada, e multa de 5 (cinco) a 10 (dez) salários mínimos da região.

parágrafo único. Nos casos dos incisos I e II., se o crime é culposo:

pena: Detenção de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa de 1 (um) a 10 (dez) salários mínimos da região,

Art, 17. Ofender a moral pública e os bons costumes:

Pena: Detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa de 1 (um) a 20 (vinte) salários mínimos da região.

Parágrafo único. Divulgar, por qualquer meio de forma a atingir seus objetivos, aviso ou resultado de loteria não autorizada, bem como de jogo proibido, salvo quando

Pena: Detenção, de 6 (seis) meses a 3 (três) anos, e multa de 1 (um) a 20 (vinte) salários mínimos da região.

§ 1º. Na mesma pena incorre quem, sabendo falsa a imputação, reproduz a publicação ou transmissão caluniosa.

§ 2º. Admite-se a prova da verdade, salvo se do crime imputado, emoras de ação pública, o ofendido foi absolvido por sentença irrecorrível.

§ 3º. Não se admite a prova da verdade contra o Presidente da República, o Presidente do Senado Federal, o Presidente da Câmara dos Deputados, os Ministros do Supremo Tribunal Federal.

Chefes de Estado ou de Governo estrangeiro, ou seus representante diplomáticos.

Art. 21. Difamar alguém, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação

Pena: Detenção, de 3 (três) a 18 (dezoito) meses, e multa de 2(dois) a 10 (dez) salários mínimos da região

§ 1º. A exceção da verdade somente admite:

a) se o crime é cometido contra funcionário público, em razão das funções, ou contra órgãos ou entidade que exerça funções de autoridade pública;

b) se o ofendido permite a prova.

§ 2º. Constitui crime de difamação a publicação ou transmissão, salvo se motivada por interesse público, de fato delituoso, se o ofendido já tiver cumprido pena a que tenha sido condenado em virtude dele.

Art 22. Injuriar alguém, ofendendo-lhe a dignidade ou de, coro:

Pena: Detenção, de 1 (um) mês a 1 (um) ano, ou multa de 1 (um) a 10 (dez) salários mínimos da região.

Parágrafo único. O juiz pode deixar de aplicar a pena:

a) quando o ofendido, de forma reprovável, provocou diretamente a injúria;

b) no caso de retorsão imediata, que consista em outra injúria.

Art. 23. As penas cominadas nos artigos 20 a 22 aumentaram de um terço, se qualquer dos crimes é cometido:

I - contra o Presidente da República, o Presidente do Senado Federal, o Presidente da Câmara dos Deputados, os Ministros do Supremo Tribunal Federal, ou Chefes de Estado ou Governo estrangeiros, ou seus representantes diplomáticos;

II. - contra funcionário público, em razão de suas funções;

III - contra órgão ou autoridade que exerça função de autoridade pública.

Art. 24. São puníveis, nos termos dos artigos 20 a 22 a calúnia, difamação e injúria contra a memória dos mortos.

Art. 25. Se de referências, alusões ou frases infere calúnia difamação ou injúria, quem se julgar ofendido poderá notificar judicialmente o responsável, para que, no prazo de 48. horas, se explique

§ 1º. Se neste prazo o notificado não dá explicação, ou, a critério do juiz, essas não satisfatórias, responde pela ofensa.

§ 2º. A pedido do notificante, o juiz pode determinar que as explicações dadas sejam publicadas ou transmitidas, nos termos dos artigos 29 e seguintes.

Art. 26. A retratação ou retificação espontânea, expressa e cabal, feita antes de iniciado o procedimento judicial, excluirá a ação penal contra o responsável pelos crimes nos artigos 20 e 22.

§ 1º. A retratação do ofensor, em juízo, reconhecendo, por termo lavrado nos autos, a falsidade da imputação, o eximira da pena, desde que pague as custas do processo e promova, se assim o desejar o ofendido, dentro de 5 dias e por sua conta, a divulgação da notícia da retratação.

§ 2º. Nos casos deste artigo e do § 1º, a retratação deve ser feita ou divulgada:

a) no mesmo jornal ou periódico, no mesmo local, com os mesmos caracteres e sob a mesma epígrafe; ou

b) na mesma estação emissora e no mesmo programa ou horário.

Art. 27. Não constituem abusos no exercício da liberdade de manifestação do pensamento e de informação:

I - a opinião desfavorável da crítica literária, artística, científica ou desportiva, salvo quando inequívoca a intenção de injuriar ou difamar;

II - a reprodução, integral ou resumida, desde que não constitua matéria reservada ou sigilos, de relatório, pareceres, decisões ou atos proferidos pelos órgãos competentes das Casas Legislativas;

III - noticiar ou comentar, resumida ou amplamente, projetos e atos de poder Legislativo, bem como debates e críticas a seu respeito;

IV - a reprodução integral, parcial ou abreviada, a notícia, crônica ou resenha dos debates escritos ou orais, perante juizes e tribunais, bem como a divulgação de despachos e sentenças e de tudo quanto for ordenado ou comunicado por autoridades judiciais;

V - a divulgação de articulados, quotas ou alegações produzidas em juízo pelas partes ou seus procuradores;

VI - a divulgação, a discussão e a crítica de atos e decisões do poder Executivo e seus agentes, desde que não se trate de matéria de natureza reservada ou sigilos;

VII - a crítica às leis e a demonstração de sua inconveniência ou inoportunidade;

VIII - a crítica inspirada pelo interesse público

Parágrafo único. Nos casos dos incisos II a VII deste artigo, a reprodução ou noticiário que contenha flúria, calúnia ou difamação deixará de constituir abuso no exercício a liberdade de informação, se forem fiéis e feitas de modo que não demonstrem má-fé.

Art. 28. O escrito publicado em jornais ou periódicos sem indicação de seu autor considera-se redigido:

I - pelo redator da seção em que é publicado, se o jornal ou periódico mantém seções distintas sob a responsabilidade de certos e determinados redatores, cujos nomes nelas figuram permanentemente;

II. - pelo diretor ou redator-chefe, se publicado na parte editorial;

III - pelo gerente ou pelo proprietário das oficinas impressoras, se publicado na parte editorial.

§ 1º, Nas emissões de radiodifusão, se não há indicação do autor das expressões faladas ou das imagens transmitidas, é tido como seu autor:

- a) o editor ou produtor do programa, se declarado na transmissão;
- b) o diretor ou redator registrado de acordo com o artigo 9º, inciso III, letra b, no caso de programas de notícias, reportagens, comentários, debates ou entrevistas;
- c) o diretor ou proprietário da estação emissora, em relação aos demais programas.

§ 2º. A notícia transmitida por agencia noticiosa presume-se enviada pelo gerente da agencia de onde se origine, ou pelo diretor da empresa.

Capítulo IV

Do Direito de Resposta

Art. 29. Toda pessoa natural ou jurídica, órgão ou entidade pública, que for acusado ou ofendido em publicação feita em jornal ou periódico, ou em transmissão de radiodifusão, ou a cujo respeito os meios de informação e divulgação veicularem fato em. verídico ou errôneo, tem direito a resposta ou retificação.

§ 1º. A resposta ou retificação pode ser formulada:

- a) pela própria pessoa ou seu representante legal;
- b) pelo cônjuge, ascendente, descendente e irmão, se o atingido está ausente do País, se a divulgação é contra pessoa morta, ou se a pessoa visada faleceu depois da ofensa recebida, mas antes de decorrido o prazo de decadência do direito de resposta.

§ 2º. A resposta, ou retificação, deve ser formulada por escrito, dentro do prazo de 60 (sessenta) dias da data da publicação ou transmissão, sob pena de decadência do direito.

§ 3º. Extingue-se ainda o direito de resposta com o exercício de ação penal ou civil contra o jornal, periódico, emissora ou agencia de notícias, com fundamento na publicação ou transmissão incriminada.

Art. 30. O direito de resposta consiste:

I - na publicação da resposta ou retificação do ofendido, no mesmo jornal ou periódico, no mesmo lugar, em caracteres tipográficos idênticos ao escrito que lhe deu causa, e em edição e dias normais;

II - na transmissão da resposta ou retificação escrita do ofendido, na mesma emissora e no mesmo programa e horário em que foi divulgada a transmissão que lhe deu causa; ou

III - a transmissão da resposta ou da retificação do ofendido, pela agência de notícias, a todos os meios de informação e divulgação a que foi transmitida a notícia que lhe deu causa.

§ 1º. A resposta ou pedido de retificação deve:

a) no caso de jornal ou periódico, ter dimensão igual à do escrito incriminado, garantido um mínimo de 100 (cem) linhas;

b) no caso de transmissão por radiodifusão, ocupar tempo igual ao da transmissão incriminada, podendo durar no mínimo um minuto, ainda que aquela tenha sido menor;

c) no caso de agência de notícia, ter dimensão igual à da notícia incriminada.

§ 2º. Os limites referidos nos parágrafos anterior prevalecerão para cada resposta ou retificação em separado, não podendo ser acumulados.

§ 3º. No caso de jornal, periódico ou agência de notícia, a resposta ou retificação será publicada ou transmitida gratuitamente, cabendo o custo da resposta ao ofensor ou ao ofendido, conforme decisão do Poder Judiciário, se o responsável não é o diretor ou redator-chefe do jornal, nem com ele tenha contrato de trabalho ou se não é gerente ou proprietário da agência de notícias nem com ela, igualmente, mantenha relação de emprego.

§ 4º. Nas transmissões por radiodifusão, se o responsável pela transmissão incriminada não é o diretor ou proprietário da empresa permissionária, nem com esta

tem contrato de trabalho, de publicidade ou de produção de programa, o custo da resposta cabe ao ofensor ou ao ofendido, conforme decisão do Poder Judiciário.

§ 5º. Nos casos previstos nos §§ 3º e 4º, as empresas têm ação executiva para haver o custo de publicação ou transmissão da resposta daquele que é julgado responsável.

§ 6º. Ainda que a responsabilidade de ofensa seja de terceiros, a empresa perde o direito de reembolso, referido no § 5º, se não transmite a resposta nos prazos fixados no artigo 31.

§ 7º. Os limites máximos da resposta ou retificação, referidos no § 1º, podem ser ultrapassados, até o dobro, desde que o ofendido pague o preço da parte excedente às tarifas normais cobradas pela empresa que explora o meio de informação ou divulgação.

§ 8º. A publicação ou transmissão da resposta ou retificação, juntamente com comentários em caráter de réplica, assegura ao ofendido direito a nova resposta.

Art. 31. O pedido de resposta ou retificação deve ser atendido: I - dentro de 24 horas, pelo jornal, emissora de radiodifusão ou agencia de notícias;

II - no primeiro número impresso, no caso de periódico que não seja diário.

§ 1º. No caso de emissora de radiodifusão, se o programa em que foi feita a transmissão incriminada não é diário, a emissora respeitará a exigência de publicação no mesmo programa, se constar no pedido resposta de retificação, e fará a transmissão no primeiro programa após o recebimento do pedido.

§ 2º. Se, de acordo com o artigo 30, §§ 3º e 4º, a empresa é a responsável pelo custo da resposta, pode condicionar a publicação ou transmissão à prova de que o ofendido a requerer em juízo, contando-se desta prova os prazos referidos no inciso I e no § 1º.

Art. 32. Se o pedido de resposta ou retificação não for atendido nos prazos referidos no artigo 31, o ofendido poderá reclamar judicialmente a sua publicação ou transmissão.

§ 1º. Para esse fim, apresentará um exemplar do escrito incriminado, se for o caso, ou descreverá a transmissão incriminada, bem como o texto da resposta ou retificação, em duas vias datilografadas, requerendo ao juiz criminal que ordene ao responsável pelo o meio de informação e divulgação a publicação ou transmissão, nos prazos do artigo 31.

§ 2º. Tratando-se de emissora de radiodifusão, o ofendido poderá, outrossim, reclamar judicialmente o direito de fazer a retificação ou dar a resposta pessoalmente, dentro de 24 horas, contadas da intimação judicial.

§ 3º. Recebido o pedido de resposta ou retificação, o juiz, dentro de 24 Horas, mandará citar o responsável pela empresa que explora o meio de informação e divulgação para que, em igual prazo, diga das razões por que não o publicou ou transmitiu.

§ 4º. Nas 24 horas seguintes, o juiz proferir a sua decisão, tenha o responsável atendido ou não à intimação.

§ 5º. A ordem judicial de publicação ou transmissão será feita sob pena de multa, que poderá ser aumentada pelo juiz até o dobro:

a) de Cr\$ 10.000 (dez mil cruzeiros) por dia de atraso na publicação, nos casos de jornal e agências de notícias, e no de emissora de radiodifusão, se o programa for diário;

b) equivalente a Cr\$ 10.000 (dez mil cruzeiros) por dia de intervalo entre as edições ou programas, no caso de impresso ou programa não diário.

§ 6º. Tratando-se de empresa de radiodifusão, a sentença do juiz decidirá do responsável pelo custo de transmissão e fixará o preço desta.

§ 7º. Da decisão proferida pelo juiz caberá apelação sem efeito suspensivo.

§ 8º. A recusa ou demora de publicação ou divulgação de resposta, quando couber, constitui crime autônomo e sujeita o responsável ao dobro da pena cominada à infração.

§ 9º. A resposta cuja divulgação não houver obedecido ao disposto nesta Lei é considerada inexistente.

Art. 33. Reformada a decisão do juiz em instância superior, a empresa que tiver cumprido a ordem judicial de publicação ou transmissão da resposta ou retificação terá ação executiva para haver do autor da resposta o custo de sua publicação, de acordo com a tabela de preços para os seus serviços de divulgação.

Art. 34. Será negada a publicação ou transmissão da resposta ou retificação:

I - quando não tiver relação com os fatos referidos na publicação ou transmissão a que se pretende responder;

II - quando contiver expressões caluniosas, difamatórias ou injuriosas sobre o jornal, periódico, emissora ou agência de notícias em que houve a publicação ou transmissão que lhe deu motivos, assim como sobre os seus responsáveis, ou terceiros;

III - quando versar sobre atos ou publicações oficiais, exceto Art. 35. A publicação ou transmissão da resposta ou pedido de retificação não prejudicará as ações do ofendido para promover a responsabilidade penal e civil.

Art. 36. A resposta do acusado ou ofendido será também transcrita ou divulgada em pelo menos um dos jornais, periódicos ou veículos de radiodifusão que houverem divulgado a publicação motivadora, preferentemente o de maior circulação ou expressão.

Nesta hipótese, a despesa correrá por conta do órgão responsável pela publicação original, cobrável por via executiva.

Capítulo V

Da Responsabilidade Penal

Seção I

Dos Responsáveis

Art. 37. São responsáveis pelos crimes cometidos através da imprensa e das emissoras de radiodifusão, sucessivamente:

I - o autor do escrito ou transmissão incriminada (art. 28 e

§ 1º), sendo pessoa idônea e residente no País, salvo tratando-se de reprodução feita sem o seu consentimento, caso em que responderá como seu autor quem a tiver reproduzido;

II - quando o autuar estiver ausente do País, ou não tiver idoneidade para responder pelo crime:

a) o diretor ou redator-chefe do jornal ou periódico, ou

II) o diretor ou redator registrado de acordo com o artigo 9º, inciso III, letra b, no caso de programa de notícias, reportagens, comentários, debates ou entrevistas, transmitidas por emissoras de radiodifusão.

III - se o responsável, nos termos do inciso anterior estiver ausente do País ou não tiver idoneidade para responder pelo crime:

a) o gerente ou proprietário das oficinas impressoras, no caso de jornais ou periódicos; ou

b) o diretor ou o proprietário da estação emissora de serviços de radiodifusão.

IV - os distribuidores ou vendedores da publicação ilícita ou clandestina, ou da qual não constar a indicação do autor, editor, ou oficina onde tiver sido feita a impressão.

§ 1º. Se o escrito, a transmissão ou a notícia forem divulgadas sem a indicação do seu autor, aquele que, nos termos do artigo 28,

§ 1º e 2º, for considerado como tal, poderá nomeá-lo, juntando original e a declaração do autor assumindo a responsabilidade.

§ 2º. O disposto neste artigo se aplica:

a) às empresas de radiodifusão;

b) às agências noticiosas.

§ 3º. A indicação do autor, nos termos do § 1º, não prejudica a responsabilidade do redator de seção, diretor ou redator-chefe, ou do editor, produtor ou diretor.

§ 4º. Sempre que o responsável gozar de imunidade, a parte ofendida poderá promover a ação contra o responsável sucessivo, na ordem dos incisos deste artigo.

máxima privativa da liberdade for de 1 (um) ano, o juiz poderá aplicar somente a pena pecuniária.

Art. 38. São responsáveis pelos crimes cometidos no exercício da liberdade de manifestação de pensamento e de informação através da agência noticiosa, sucessivamente:

I - o autor da notícia transmitida (artigo 28, § 2º), sendo pessoa idônea e residente no País;

II - o gerente ou proprietário de agência noticiosa, quando o autor estiver ausente do País ou não tiver idoneidade para responder pelo crime.

§ 1º. O gerente ou proprietário de agência noticiosa poderá nomear o autor da transmissão incriminada, juntando a declaração deste, assumindo a responsabilidade pela mesma. Neste caso a ação prosseguirá contra o autor nomeado, salvo se estiver ausente do País ou for declarado inidoneo para responder pelo crime.

§ 2º. Aplica-se a este artigo o disposto no § 4º do artigo 37.

Art. 39. Caberá ao ofendido, caso o deseje mediante apresentação de documentos ou testemunhas merecedoras de fé, fazer prova da falta de idoneidade, quer moral, quer financeira, dos responsáveis pelos crimes previstos nesta Lei, na ordem e nos casos a que se referem os incisos e parágrafos dos artigos anteriores.

§ 1º. Esta prova, que pode ser conduzida perante qualquer juiz criminal, será feita em processo sumaríssimo, com a intimação dos responsáveis, cuja idoneidade se pretender negar, para, em uma audiência ou, no máximo, em três, serem os fatos argüidos, aprovados e contestados.

§ 2º. O juiz decidirá na audiência em que a prova houver sido concluída e de sua decisão cabe somente recurso sem efeito suspensivo.

§ 3º. Declarado inidôneo o primeiro responsável, pode o ofendido exercer a ação penal contra o que lhe suceder nessa responsabilidade, na ordem dos incisos dos

artigos anteriores, caso a respeito deste novo responsável não se haja alegado ou provido falta de idoneidade.

§ 4º. Aquele que, nos termos do parágrafo anterior, suceder ao responsável, ficará sujeito a um terço das penas cominadas para o crime. Ficarà, entretanto, isento de pena, se provar que não concorreu para o crime com negligencia, imperita ou imprudência

Seção II

Da Ação Penal

Art. 40. A ação penal será promovida:

I - nos crimes de que tratam os artigos 20 a 22:

a) pelo Ministério Público, mediante requisição do Ministro da Justiça, no caso do nº I do artigo 2(), bem como nos casos em que o ofendido for Ministro de Estado;

b) pelo Ministério Público, mediante representação do ofendido, nos casos dos números II e III do artigo 23;

c) por queixa do ofendido ou de quem tenha qualidade para representá-lo;

d) pelo cônjuge, ascendente, descendente ou irmão, indistintamente, quando se tratar de crime contra a memória de alguém ou contra pessoa que tenha falecido antes da queixa. (Redação dada pela Lei nº 6.640, de 8/5/79 - DO de 10/5/79.)

II - nos demais crimes por denúncia do Ministério Público.

§ 1º. Nos casos do inciso I, alínea c, se o Ministério Público não apresentar denúncia dentro de 10 dias, o ofendido poderá apresentar queixas.

§ 2º. Sob) pena de nulidade, é obrigatória a intervenção do Ministério Público, em todos os processos por abuso de liberdade de imprensa, ainda que privados.

§ 3º. A queixa pode ser editada pelo Ministério Público, no prazo de 10 dias. .

Art. 41. A prescrição da ação penal, nos crimes definidos nesta Lei, ocorrerá 2 anos após a data da publicação ou transmissão incriminada, e a condenação, no dobro n prazo em que for fixada.

§ 1º. O direito de queixa ou de representação prescreverá, se não for exercido dentro de 3 meses da data da publicação transmissão.

b) pelo pedido judicial de declaração de inidoneidade do responsável, até o seu julgamento.

§ 3º. No caso de periódicos que não indiquem data, o prazo referido neste artigo começará a correr do último dia do mês ou outro período a que corresponder a publicação.

Seção III

Do Processo Penal

Art. 42. Lugar do delito, para a determinação da competência territorial, será aquele em que for impresso o jornal ou periódico, e o do local do estúdio do permissionário ou concessionário do serviço de radiodifusão, bem como o da administração principal da agencia noticiosa.

Parágrafo único. Aplica-se nos crimes de imprensa o disposto no artigo 85, do Código de Processo Penal.

Art. 43. A denúncia ou queixa será instruída com exemplar do jornal ou periódico e obedecerá ao disposto no artigo 41 do Código de Processo Penal, contendo a indicação das provas que o autor pretendia produzir. Se a infração penal tiver sido praticada através de radiodifusão, a denúncia ou queixa será instruída com a notificação de que trata o artigo 57.

§ 1º. Ao despachar a denúncia ou queixa, o juiz determinará a citação do réu para que apresente defesa prévia no prazo de cinco dias.

§ 2º. Não sendo o réu encontrado, será citado por edital com o prazo de quinze dias. Decorrido esse prazo e o quinquídio para a defesa prévia, sem que o réu haja contestado a denúncia ou queixa, o juiz o declarará revel e lhe nomeará defensor dativo, a quem se dará vista dos autos para oferecer defesa prévia.

§ 3º. Na defesa prévia, devem ser argüidas as preliminares cabíveis, bem como a exceção da verdade, apresentando-se, igualmente, a indicação das provas a serem produzidas.

§ 4º. Nos processos por ação penal privada será ouvido a seguir o Ministério Público.

Art. 44. O juiz pode receber ou rejeitar a denúncia ou queixa, após a defesa prévia, e, nos crimes de ação penal privada, em seguida à promoção do Ministério Público.

§ 1º. A denúncia ou queixa será rejeitada quando não houver justa causa para a ação penal, bem como nos casos previstos no artigo 43 do Código de Processo Penal.

§ 2º. Contra a decisão que rejeitar a denúncia ou queixa cabe recurso de apelação e, contra a que recebê-la, recurso em sentido estrito sem suspensão do curso do processo.

Art. 45. Recebida a denúncia, o juiz designará data para a apresentação do réu em juízo e marcará, desde logo, dia e hora para a audiência de instrução e julgamento, observados os seguintes preceitos:

I - se o réu não comparecer para a qualificação, o juiz considera-lo revel e lhe nomeará defensor dativo. Se o réu comparecer e não tiver advogado constituído nos autos, o juiz poderá nomear-lhe defensor. Em um e outro caso, bastará a presença do advogado ou defensor do réu, nos autos da instrução; .

II - na audiência serão ouvidas as testemunhas de acusação e, em seguida, as de defesa, marcando-se novas audiências, se necessário, em prazo nunca inferior a oito dias;

III - poderá o réu requerer ao juiz que seja interrogado, devendo, neste caso, ser ele ouvido antes de inquiridas as testemunhas;

IV - encerrada a instrução, autor e réu terão, sucessivamente, o prazo de três dias para oferecerem alegações escritas.

Parágrafo único. Se o réu não tiver apresentado defesa prévia, apesar de citado, o juiz o considerará revel e lhe dará defensor dativo, a quem se abrirá o prazo de cinco dias para contestar a denúncia ou queixa.

Art. 46. Demonstrada a necessidade de certidões de repartições públicas ou autárquicas, e a de quaisquer exames, o juiz requisitará aquelas e determinará estes, mediante fixação de prazos para o cumprimento das respectivas diligencias.

§ 1º. Se dentro do prazo não for atendida, sem motivo justo, a requisição do juiz, imporá este a multa de Cr\$ 10.000 (dez mil cruzeiros) a Cr\$ 100.000 (cem mil cruzeiros) ao funcionário responsável e suspenderá a marcha do processo até que em novo prazo seja fornecida a certidão ou se efetue a diligencia. Aos responsáveis pela não realização desta última, será aplicada a multa de Cr\$ 10.000 (dez mil cruzeiros) a Cr\$ 100.0011 (cem mil cruzeiros).

A aplicação das multas acima referidas não exclui a responsabilidade por crime funcional.

§ 2º. (Vetado)

§ 3º. A requisição de certidões e determinações de exames ou diligências serão feitas no despacho de recebimento da denúncia ou queixa.

Art. 47. Caberá apelação, com efeito suspensivo, contra a sentença que condenar ou absolver o réu.

Art. 48. Em tudo o que não é regulado por norma especial desta Lei, o Código Penal e o Código de Processo Penal se aplicam à responsabilidade penal, à ação penal e ao processo e julgamento dos crimes de que trata esta Lei.

Capítulo VI

Da Responsabilidade Civil

Art. 49. Aquele que no exercício da liberdade de manifestação de pensamento e de informação, com viola) ou culpa, viola direito, ou causa prejuízo a outrem, fica obrigado a reparar:

I - os danos morais e materiais, nos casos previstos no artigo 16, nº s II e IV e no artigo 18, e de calúnia, difamação ou injúrias;

II - os danos materiais, nos demais casos.

§ 1º. Nos casos de calúnia e difamação, a prova da verdade, desde que admissível na forma dos artigos 20 e 21, excepcionada no prazo da contestação, excluirá a responsabilidade civil, salvo se o fato imputado, embora verdadeiro, diz respeito à vida privada do ofendido e a divulgação não foi motivada em razão e interesse público.

§ 2º. Se a violação de direito ou o prejuízo ocorre mediante publicação ou transmissão em jornal, periódico, ou serviço de radiodifusão, ou de agencia noticiosa, responde pela reparação do dano a pessoa natural ou jurídica que explora o meio de informação ou divulgação (artigo 50).

§ 3º. Se a violação ocorre mediante publicação de impresso não periódico, responde pela reparação do dano:

a) o autor do escrito, se nele indicado; ou

b) a pessoa natural ou jurídica que explora a oficina impressora, se no impresso não consta o nome do autor.

Art. 50. A empresa que explora o meio de informação ou divulgação terá ação regressiva para haver do autor do escrito, transmissão ou notícia, ou do responsável por sua divulgação, a indenização que pagar em virtude da responsabilidade prevista nesta Lei.

Art. 51. A responsabilidade civil do jornalista profissional que concorre para o dano por negligencia, imperícia ou imprudência, é limitada, em cada escrito, transmissão ou notícia:

I - a 2 (dois) salários mínimos da região, no caso de publicação ou transmissão de notícia falsa, ou divulgação de fato verdadeiro truncado ou deturpado (art. 16 nº s II e IV);

II - a 5 (cinco) salários mínimos da região, nos casos de publicação ou transmissão que ofenda a dignidade ou decoro de alguém;

III - a 10 (dez) salários mínimos da região, nos casos de imputação de fato ofensivo à reputação de alguém;

IV - a 20 (vinte) salários mínimos da região, nos casos de falsa imputação de crime a alguém, ou de imputação de crime verdadeiro, nos casos em que a lei não admite a exceção da verdade (art. 49, § 1º).

Parágrafo único. Consideram-se jornalistas profissionais, para os efeitos deste artigo:

a) os jornalistas que mantêm relações de emprego com a empresa que explora o meio de informação ou divulgação ou que produz programas de radiodifusão;

b) os que, embora sem relação de emprego, produzem regularmente artigos ou programas públicos ou transmitidos;

c) o redator, o diretor ou redator-chefe do jornal ou periódico; o editor ou produtor de programa e o diretor referido na letra b n. III, do artigo 9º do permissionário ou concessionário de serviço de radiodifusão; e o gerente e o diretor da agencia noticiosa.

Art. 52. A responsabilidade civil da empresa que explora o meio de informação ou divulgação é limitada a dez vezes as importâncias no artigo anterior, se resulta de ato culposo de algumas das pessoas referidas no artigo 50.

Art. 53. No arbitramento da indenização em reparação do dano moral, o juiz terá em conta, notadamente:

I - a intensidade do sofrimento do ofendido), a gravidade, a natureza e repercussão da ofensa e a posição social e política do ofendido;

II - a intensidade do dolo (ou o grau da culpa do responsável, sua situação econômica e sua condenação anterior em ação criminal ou cível fundada em abuso no exercício da liberdade de manifestação do pensamento e informação);

III - a retratação espontânea e cabral, antes da propositura da ação penal ou cível, a publicação ou transmissão da resposta ou pedido de retificação, nos prazos previstos

na lei e independentemente de intervenção judicial, e a extensão da reparação por esse meio obtida pelo ofendido.

Art. 54. A indenização do dano material tem por finalidade restituir o prejudicado ao estado anterior.

Art. 55. A parte vencida responde pêlos honorários do advogado da parte vencedora, desde logo fixados na própria sentença, bem como pelas custas judiciais.

Art. 56. A ação para haver indexação por dano moral poderá ser exercida separadamente da ação para haver reparação do dano material, e sob pena de decadência deverá ser proposta dentro de 3 meses da data da publicação ou transmissão que lha der causa.

Parágrafo único. O exercício da ação independe da ação penal. Intentada esta, se a defesa se baseia na execução da verdade e se trata de hipótese em que ela é admitida como excludente da responsabilidade civil ou em outro fundamento cuja decisão no juízo criminal faz causa julgada no cível, o juiz determinará a instrução do processo cível até onde possa prosseguir, independentemente da decisão na ação penal.

Art. 57. A petição inicial da ação para haver reparação de dano moral deverá ser instruída com o exemplar do jornal ou periódico que tiver publicado o escrito ou notícia, ou com a notificação feita, nos termos do artigo 53, § 3º, à empresa de radiodifusão, e deverá desde logo indicar as provas e as diligências que o autor julgar necessárias, arrolar testemunhas e ser acompanhada da prova documental em que se fundar o pedido.

§ 1º. A petição inicial será apresentada em duas vias. Com a primeira e os documentos que a acompanharem será formado o processo, e a citação inicial será feita mediante a entrega da segunda via.

§ 2º. O juiz despachará a petição inicial no prazo de 24 horas e o oficial terá igual prazo para certificar o cumprimento do mandato de citação.

§ 3º. Na contestação, apresentada no prazo de 5 (cinco) dias, o réu exercerá a exceção da verdade, se for o caso, indicará as provas e diligências que julgar

necessárias e arrolará as testemunhas. A contestação será acompanhada da prova documental que pretende produzir.

§ 4º. Não havendo contestação, o juiz proferirá desde logo a sentença; em caso contrário, observar-se-á o procedimento ordinário.

§ 5º. Na ação para haver reparação de dano moral somente será admitida reconversão de igual ação.

§ 6º. Da sentença do juiz caberá apelação, a qual somente será admitida mediante comprovação do depósito, pelo apelante, de quantia igual à importância total da condenação. Com a petição de interposição do recurso o apelante pedirá expedição de guia para o depósito, sendo a apelação julgada deserta se, no prazo de sua interposição, não for comprovado o depósito.

Capítulo VII

Disposições Gerais

Art. 58. As empresas permissionárias ou concessionárias de serviços de radiodifusão deverão conservar em seus arquivos pelo prazo de 60 dias, devidamente autenticados), os textos dos seus programas, inclusive noticiosos.

§ 1º. Os programas de debates, entrevistas ou outros que não correspondam a textos previamente escritos, deverão ser gravados e conservados pelo prazo, a contar da data da transmissão, de 20 dias, no caso de permissionária ou concessionária de emissora de até 1 Kw, e de 30 dias, nos demais casos.

§ 2º. O disposto no parágrafo anterior aplica-se às transmissões compulsoriamente estatuídas em lei.

§ 3º, dentro dos prazos referidos neste artigo, o Ministério Público ou qualquer interessado poderá notificar a permissionária ou concessionária, judicial ou extrajudicialmente, para não destruir os textos ou gravações do programa que especificar. Nesta caso sua destruição dependerá de prévia autorização do juiz da ação que vier a ser proposta, ou, caso esta não seja proposta nos prazos de decadência

estabelecidos na lei, pelo juiz criminal a que a permissionária ou concessionária pedir autorização.

Art. 59. As permissionárias e concessionárias de serviço de radiodifusão continuam sujeitas às penalidades previstas na legislação especial sobre a matéria.

Art. 60. Tem livre entrada no Brasil os jornais, periódicos, livros e outros quaisquer impressos que se publicaram no estrangeiro.

§ 1º. O disposto neste artigo não se aplica aos impressos que contiverem algumas das infrações previstas nos artigos 15 e 16, os quais poderão ter a sua entrada proibida no País, por período de até dois anos, mediante portaria do Juiz de Direito ou do Ministro da Justiça e Negócios Interiores, aplicando-se neste caso os parágrafos do artigo 63.

§ 2º. Aquele que vender, expuser à venda ou distribuir jornais, periódicos, livros ou impressos cuja entrada no País tenha sido proibida na forma do parágrafo anterior, além da perda dos mesmos, incorrerá em multa de até Cr\$ 10.000 (dez mil cruzeiros) por exemplar apreendido, a qual será imposta pelo juiz competente, à vista do auto de apreensão. Antes da decisão, ouvirá o juiz o acusado, no prazo de 48 horas.

§ 3º. Estão excluídas do disposto nos §§ 1º e 2º deste artigo as publicações científicas, técnicas, culturais e artísticas. (Revogado pelo Decreto-Lei nº 207, de 27/2/1967.)

Art. 61. Então sujeitos a apreensão os impressos que:

I - contiveram propaganda de guerra ou de preconceitos de raça ou de classe, bem como os que promoverem incitamento à subversão da ordem política e social;

II - ofenderem a moral pública e os bons costumes.

§ 1º. A apreensão prevista neste artigo será feita por ordem judicial, a pedido do Ministério Público, que o fundamentará e o instruirá com a representação da autoridade, se houver, e o exemplar do impresso incriminado.

§ 2º. O juiz ouvirá, no juiz máximo de 24 (vinte e quatro) horas, o responsável pela publicação ou distribuição do impresso, remetendo-lhe cópia do pedido ou representação.

§ 3º. Findo esse prazo, com a resposta ou sem ela, serão os autos conclusos e, dentro de 24 (vinte e quatro) horas, o juiz dará a sua decisão.

§ 4º. No caso de deferimento de pedido, será expedido um mandado e remetido à autoridade policial competente, para sua execução.

§ 5º. Da sentença caberá apelação, que será recebida somente no efeito devolutivo.

§ 6º. Nos casos de impressos que ofendam a moral e os costumes, poderão os Juizes e Menores, de ofício ou mediante provocação do Ministério Público, determinar a sua apreensão imediata para impedir sua circulação.

Art. 62. No caso de reincidência da infração prevista no artigo 61, inciso II, praticada pelo mesmo jornal ou periódico, pela mesma empresa, ou por periódicas ou empresas diferentes, mas que tenham o mesmo diretor responsável, o juiz, além da apreensão regulada no artigo 61, poderá determinar a suspensão da impressão, circulação ou distribuição do jornal ou periódico.

§ 1º. A ordem de suspensão será submetida ao juiz competente, dentro de 48 (quarenta e oito) horas, com a justificação da medida.

§ 2º. Não sendo cumprida pelo responsável a suspensão determinada pelo juiz, este adotará as medidas necessárias à observância da ordem, inclusive mediante a apreensão sucessiva das suas edições posteriores, consideradas, para efeitos legais, como clandestinas.

§ 3º. Se houver recurso e este for provido, será levantada a ordem de suspensão e sustada a aplicação das medidas adotadas para assegurá-la.

§ 4º. Transitada em julgado a sentença, serão observadas as seguintes normas:

a) reconhecendo a sentença final a ocorrência dos fatos que justificam a suspensão, serão extintos os registros da marca comercial e de denominação da empresa editora e do jornal ou periódico em questão, bem como os registros a que se refere o artigo

9º desta Lei, mediante mandado de cancelamento expedido pelo juiz da execução;

b) não reconhecendo a sentença final dos fatos que justificam a suspensão, a medida será levantada, ficando a União ou o Estado obrigado à reparação das perdas e danos, apurado(os em ação própria).

Art. 63. Nos casos dos incisos I e II do artigo 61, quando a situação reclamar urgência, a apreensão poderá ser determinada, independentemente de mandado judicial; pelo Ministro da Justiça e Negócios Interiores.

§ 1º. No caso deste artigo, dentro do prazo de cinco dias, contados da apreensão, o Ministro da Justiça submeterá o seu ato à aprovação do Tribunal Federal de Recursos, justificando a necessidade da medida e a urgência em ser tomada, e instruindo a sua representação com um exemplar do impresso que lhe deu causa.

§ 2º. O Ministro relator ouvira o responsável pelo impresso no prazo de cinco dias, e a seguir submeterá o processo a julgamento na primeira sessão do Tribunal Federal de Recursos.

§ 3º. Se o Tribunal Federal de Recursos julgar que a apreensão foi ilegal, ou que não ficaram provadas a sua necessidade e urgência, ordenará a evolução dos impressos e, sendo possível, fixará as perdas e danos que a União deverá pagar em consequência.

§ 4º. Se no prazo previsto no § 1º o Ministro da Justiça não submeter o seu ato ao Tribunal Federal de Recursos, o interessado poderá pedir ao Tribunal Federal de Recursos a liberação do impresso e a indenização por perdas e danos. Ouvido o Ministro da justiça em cinco dias, o processo será julgado na primeira sessão do Tribunal Federal de Recursos.

Art. 64 Poderá a autoridade judicial competente, dependendo da natureza do exemplar apreendido, determinar a sua destruição.

Art. 65. As empresas estrangeiras autorizadas a funcionar no País não poderão distribuir notícias nacionais em qualquer parte do território brasileiro, sob pena de cancelamento da autorização por ato do Ministro da Justiça e Negócios Interiores.

Art. 66. O jornalista profissional não poderá ser detido nem recolhido preso antes de sentença transitada em julgado; em qualquer caso, somente em sala decente, arejada e onde encontre todas as comodidades.

Parágrafo único. A pena de prisão de jornalista será cumprida em estabelecimento distinto dos que são destinados a réus de crime comum e sem sujeição a qualquer regime penitenciário ou carcerário.

Art. 67. A responsabilidade penal e civil não exclui a estabelecida em outras leis, assim como a de natureza administrativa, a que estão sujeitas as empresas de radiodifusão, segundo a legislação própria.

Art. 68. A sentença condenatória nos processos de injúria, calúnia ou difamação será gratuitamente publicada, se a parte o requerer, na mesma seção do jornal ou periódico em que apareceu o escrito de que se originou a ação penal, ou, em se tratando de crime praticado por meio do rádio ou televisão, transmitida, também gratuitamente, no mesmo programa e horário em que se deu a transmissão impugnada.

§ 1º. Se o jornal ou periódico ou a estação transmissora não cumprir a determinação judicial, incorrerá na pena de multa de um a dois salários mínimos da região, por edição ou programa em que se verificar a omissão.

§ 2º. No caso de absolvição, o querelado terá o direito de fazer, à custa do querelante, a divulgação da sentença, em jornal ou estação difusora que escolher.

Art. 69. Na interpretação e aplicação desta Lei, o juiz, na fixação do dolo e da culpa, levará em conta as circunstâncias especiais em que foram obtidas as informações dadas como infringentes da norma penal.

Art. 70. Os jornais e outros periódicos são obrigados a enviar, no prazo de cinco dias, exemplares de suas edições à Biblioteca Nacional e à oficial dos Estados, Territórios e Distrito Federal. As bibliotecas ficam obrigadas a conservar os exemplares que receberem.

Art. 71. Nenhum jornalista ou radialista ou, em geral, as pessoas referidas no artigo 28, poderão ser compelidos ou coagidos a indicar o nome de seu informante ou

a fonte de suas informações, não podendo seu silêncio, a respeito, sofrer qualquer sanção, direta ou indireta, nem qualquer espécie de penalidade.

Art. 72. A execução de pena não superior a três anos de detenção pode ser suspensa por dois a quatro anos, desde que:

- I - sentenciado não haja sofrido, no Brasil, condenação por outro crime de imprensa;
- II - os antecedentes e a personalidade do sentenciado, os motivos e circunstâncias do crime autorizem a presunção de que não tornará a delinquir.

Art. 73. Verifica-se a reincidência quando o agente comete novo crime de abuso no exercício da liberdade de manifestação do pensamento e informação, depois de transitar em julgado a sentença que, no País, o tenha condenado por crime da mesma natureza.

Art. 74. (Vetado)

Art. 75. A publicação da sentença cível ou criminal, transitada em julgado, na íntegra, será decretada pela autoridade competente, a pedido da parte prejudicada, em jornal, periódico ou através de órgãos de radiodifusão de real circulação ou expressão, às expensas da parte vencida ou, condenada. Parágrafo único. Aplica-se a disposição contida neste artigo em relação aos termos ato judicial que tenha homologado a retratação do ofensor, sem prejuízo do disposto no § 2º, letras a e b, do artigo 26.

Art. 76. Em qualquer hipótese de procedimento judicial instaurado por violação os preceitos desta Lei, a responsabilidade do pagamento das custas processuais e honorários de advogado ser da empresa.

Art. 77. Esta Lei entrará em vigor a 14 de março de 1967, revogadas as disposições em contrário.

Decreto-lei nº 972, de 17 de outubro de 1969*

Dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista

Os Ministros da Marinha de Guerra, do Exército e da Aeronáutica Militar, usando das atribuições que lhes confere o art. 3º do Ato Institucional nº 16, de 14 de outubro

de 1969, combinado com o § 1º do art. 2º do Ato Institucional nº 5, de 13 de dezembro de 1968, DECRETAM:

Art. 1º. O exercício da profissão de jornalista é livre, em todo o território nacional, aos que satisfizerem as condições estabelecidas neste Decreto-Lei.

Art. 2º. A profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

a) redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário;

b) comentário ou crônica, pelo rádio ou pela televisão;

c) entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada;

d) planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada;

e) planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata a alínea "a";

f) ensino de técnica de jornalismo;

g) coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação;

h) revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e à adequação da linguagem;

i) organização e conservação de arquivo jornalístico e pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias;

j) execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação;

l) execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico.

Art. 3º. Considera-se empresa jornalística, para os efeitos deste Decreto-Lei, aquela que tenha como atividade a edição de jornal ou revista, ou a distribuição de noticiário, com funcionamento efetivo, idoneidade financeira e registro legal.

§ 1º Equipara-se à empresa jornalística a seção ou serviço de empresa de radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agência de publicidade, onde sejam exercidas as atividades previstas no art. 2º.

§ 2º Revogado pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978 (D.O. 12/12/1978).

§ 3º A empresa não-jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada à circulação externa promoverá o cumprimento desta lei relativamente aos jornalistas que contratar, observado, porém, o que determina o art. 8º, § 4º.

Art. 4º O exercício da profissão de jornalista requer prévio registro no órgão regional competente do Ministério do Trabalho e Previdência Social que se fará mediante a apresentação de:

I – prova de nacionalidade brasileira;

II – folha corrida;

III – carteira profissional;

IV – Revogado pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978 (D.O. 12/12/1978).

V – diploma de curso superior de jornalismo, oficial ou reconhecido, registrado no Ministério da Educação e Cultura ou em instituição por este credenciada, para as funções relacionadas de "a" a "g", no art. 6º.

§ 1º O regulamento disporá ainda sobre o registro especial de:

a) colaborador, assim entendido aquele que, mediante remuneração e sem relação de emprego, produz trabalho de natureza técnica, científica ou cultural, relacionado com a sua especificação, para ser divulgado com o nome e qualificação do autor.

– Redação dada pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978 (D.O.U. 12/12/1978).

b) funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidam com as do art. 2º;

c) provisionados na forma do art. 12, aos quais será assegurado o direito de transformar seu registro em profissional, desde que comprovem o exercício de atividade jornalística nos dois últimos anos anteriores à data do Regulamento.

– Redação dada pela Lei nº 7.360, de 10 de setembro de 1985 (D.O. 11/09/1985).

§ 2º O registro de que tratam as alíneas "a" e "b" do parágrafo anterior não implica o reconhecimento de quaisquer direitos que decorram da condição de empregado, nem, no caso da alínea "b", os resultantes do exercício privado e autônomo da profissão. (*)

Art. 5º Haverá, ainda no mesmo órgão, a que se refere o artigo anterior, o registro dos diretores de empresas jornalísticas que, não sendo jornalistas, respondam pelas respectivas publicações.

§ 1º Para esse registro, serão exigidos:

I – prova de nacionalidade brasileira;

II – folha corrida;

III – prova de registro civil ou comercial da empresa jornalística, com o inteiro teor do seu ato constitutivo;

IV – prova do depósito do título da publicação ou da agência de notícias no órgão competente do Ministério da Indústria e do Comércio;

V – para empresa já existente na data deste Decreto-Lei, conforme o caso:

a) trinta exemplares do jornal;

b) doze exemplares da revista;

c) trinta recortes ou cópia de noticiário com datas diferentes e prova de sua divulgação.

§ 2º Tratando-se de empresa nova, o registro será provisório com validade por dois anos, tornando-se definitivo após o cumprimento do disposto no item V.

§ 3º Não será admitida a renovação de registro provisório nem a prorrogação do prazo de sua validade.

§ 4º Na hipótese do § 3º do art. 3º, será obrigatório o registro especial do responsável pela publicação, na forma do presente artigo para os efeitos do § 4º do art. 8º.

Art. 6º As funções desempenhadas pelos jornalistas profissionais, como empregados, serão assim classificadas:

a) Redator: aquele que além das incumbências de redação comum, tem encargos de redigir editoriais, crônicas ou comentários;

b) Noticiarista: aquele que tem o encargo de redigir matéria de caráter informativo, desprovida de apreciação ou comentários;

c) Repórter: aquele que cumpre a determinação de colher notícia ou informações, preparando-as para divulgação;

d) Repórter de Setor: aquele que tem encargo de colher notícias ou informações sobre assuntos pré-determinados, preparando-as para divulgação;

e) Rádio-Repórter: aquele a quem cabe difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica pelos mesmos veículos;

f) Arquivista-Pesquisador: aquele que tem a incumbência de organizar e conservar cultural e tecnicamente, o arquivo redatorial, procedendo à pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias;

g) Revisor: aquele que tem o encargo de rever as provas tipográficas de material jornalístico;

h) Ilustrador: aquele que tem a seu cargo criar ou executar desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico;

i) Repórter-Fotográfico: aquele a quem cabe registrar fotograficamente, quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;

j) Repórter-Cinematográfico: aquele a quem cabe registrar cinematograficamente, quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;

l) Diagramador: aquele a quem compete planejar e executar a distribuição gráfica de matérias, fotografias ou ilustrações de caráter jornalístico, para fins de publicação.

Parágrafo único Também serão privativas de jornalistas profissionais as funções de confiança pertinentes às atividades descritas no art. 2º, como editor, secretário, subsecretário, chefe de reportagem e chefe de revisão.

Art. 7º Não haverá incompatibilidade entre o exercício da profissão de jornalista e o de qualquer outra função remunerada, ainda que pública, respeitada a proibição de acumular cargos e as demais restrições de lei.

Art. 8º Será passível de trancamento, voluntário ou de ofício, o registro profissional do jornalista que, sem motivo legal, deixar de exercer a profissão por mais de dois anos.

§ 1º Não incide na cominação deste artigo o afastamento decorrente de:

- a) suspensão ou interrupção do contrato de trabalho;
- b) aposentadoria como jornalista;
- c) viagem ou bolsa de estudo para aperfeiçoamento profissional;
- d) desemprego, apurado na forma da Lei nº 4.923, de 23 de dezembro de 1965.

§ 2º O trancamento de ofício será da iniciativa do órgão referido no art. 4º ou a requerimento da entidade sindical de jornalistas.

§ 3º Os órgãos do Ministério do Trabalho e Previdência Social prestarão aos sindicatos de jornalistas as informações que lhes forem solicitadas, especialmente quanto ao registro de admissões e dispensas nas empresas jornalísticas, realizando as inspeções que se tornarem necessárias, para a verificação do exercício da profissão de jornalista.

§ 4º O exercício da atividade prevista no art. 3º, § 3º, não constituirá prova suficiente de permanência na profissão se a publicação e seu responsável não tiverem registro legal.

§ 5º O registro trancado suspende a titularidade e o exercício das prerrogativas profissionais, mas pode ser revalidado mediante a apresentação dos documentos previstos nos incisos II e III do art. 4º.

– Redação deste § dada pela Lei nº 5.696, de 24 de agosto de 1971 (D.O.U. 24/08/1971).

Art. 9º O salário de jornalista não poderá ser ajustado nos contratos individuais de trabalho, para a jornada normal de cinco horas, em base inferior à do salário

estipulado, para a respectiva função, em acordo ou convenção coletiva de trabalho, ou sentença normativa da Justiça do Trabalho.

Parágrafo único Em negociação ou dissídio coletivos poderão os sindicatos de jornalistas reclamar o estabelecimento de critérios de remuneração adicional pela divulgação de trabalho produzido por jornalista em mais de um veículo de comunicação coletiva.

Art. 10 Até noventa dias após a publicação do regulamento deste Decreto-Lei, poderá obter registro de jornalista profissional quem comprovar o exercício atual da profissão, em qualquer das atividades descritas no art. 2º, desde 12 (doze) meses consecutivos ou vinte e quatro intercalados, mediante:

I – os documentos previstos nos itens I, II e III do art. 4º;

II – atestado de empresa jornalística, do qual conste a data de admissão, a função exercida e o salário ajustado;

III – prova de contribuição para o Instituto Nacional de Previdência Social, relativa à relação de emprego com a empresa jornalística atestante.

§ 1º Sobre o pedido, opinará, antes da decisão da autoridade regional competente o Sindicato de Jornalistas da respectiva base territorial.

§ 2º Na instrução do processo relativo ao registro de que trata este artigo, a autoridade competente determinará verificação minuciosa dos assentamentos na empresa, em especial, as folhas de pagamento do período considerado, registro de empregados, livros contábeis, relações anuais de empregados e comunicações mensais de admissão e dispensa, guias de recolhimento ao INPS e registro de ponto diário.

§ 3º Nos municípios com população inferior a cem mil habitantes, exceto se capitais de Estado, os diretores-proprietários de empresas jornalísticas que comprovadamente exerçam a atividade de jornalista há mais de 5 (cinco) anos poderão, se requererem ao órgão regional competente do Ministério do Trabalho, dentro de 90 (noventa dias), contados da publicação desta Lei, obter também o registro de que trata o art. 4º, mediante apresentação da prova de nacionalidade brasileira e folha corrida.

§ 4º O registro de que trata o parágrafo anterior terá validade exclusiva no município em que o interessado houver exercido a respectiva atividade.

– Os § 3º e 4º foram acrescentados pela Lei nº 6.727, de 21 de novembro de 1979 (D.O.U. 22/11/1979).

Art. 11 – Dentro do primeiro ano de vigência deste Decreto-Lei, o Ministério do Trabalho e Previdência Social proverá a revisão de registro de jornalistas profissionais cancelando os viciados por irregularidade insanável.

§ 1º A revisão será disciplinada em regulamento, observadas as seguintes normas:

I – A verificação será feita em comissão de três membros, sendo um representante do Ministério, que a presidirá, outro da categoria econômica e outro da categoria profissional, indicados pelos respectivos sindicatos, ou, onde não os houver, pela correspondente federação;

II – O interessado será notificado por via postal, contra recibo ou, se ineficaz a notificação postal, por edital publicado três vezes em órgão oficial ou de grande circulação na localidade do registro;

III – A notificação ou edital fixará o prazo de 15 (quinze) dias para regularização das falhas de instruir o processo de registro, se for o caso, ou para apresentação de defesa;

IV – Decorrido o prazo da notificação ou edital, a comissão diligenciará no sentido de instruir o processo e esclarecer as dúvidas existentes, emitindo a seguir seu parecer conclusivo;

V – Do despacho caberá recurso, inclusive por parte dos sindicatos de jornalistas profissionais ou de empresas proprietárias de jornais e revistas, para o Ministro do Trabalho e Previdência Social, no prazo de quinze dias, tornando-se definitiva a decisão da autoridade regional após o decurso desse prazo sem a interposição de recurso, ou se confirmada pelo Ministro.

§ 2º Decorrido o prazo estabelecido neste artigo, os registros de jornalista profissional e de diretor de empresa jornalística serão havidos como legítimos e

definitivos, vedada a instauração ou renovação de quaisquer processos de revisão administrativa, salvo o disposto no art. 8º.

§ 3º Responderá administrativa e criminalmente a autoridade que indevidamente autorizar o registro de jornalista profissional ou de diretor de empresa jornalística, ou que se omitir no processo da revisão de que trata este artigo.

Art. 12 A admissão de jornalistas, nas funções relacionadas de "a" a "g" no art. 6º, e com dispensa da exigência constante do item V do art. 4º, será permitida, enquanto o Poder Executivo não dispuser em contrário, até o limite de um terço das novas admissões, a partir da vigência deste Decreto-Lei.

Parágrafo único . A fixação, em decreto, de limites diversos do estipulado neste artigo, assim como do prazo da autorização nele contida, será precedida de amplo estudo de sua viabilidade, a cargo do Departamento Nacional de Mão-de-Obra.

Art. 13 A fiscalização do cumprimento dos preceitos deste Decreto-Lei se fará na forma do art. 626 e seguintes da Consolidação das Leis do Trabalho; sendo aplicável aos infratores multa variável de uma a dez vezes o maior salário-mínimo vigente no País.

Parágrafo único . Aos Sindicatos de Jornalistas incumbe representar às autoridades competentes acerca do exercício irregular da profissão.

Art. 14 . O regulamento deste Decreto-Lei será expedido dentro de 70 (setenta) dias de sua publicação.

Art. 15 . Este Decreto-Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ressalvadas as disposições que dependem de regulamentação e revogadas as disposições em contrário, em especial os arts. 310 e 314 da Consolidação das Leis do Trabalho.

Brasília, 17 de outubro de 1969; 148º da Independência e 81º da República.

Augusto Hamann Redemaker Grünewald

Aurélio de Lyra Tavares

Márcio de Souza e Mello

Junta Governativa

Jarbas G. Passarinho

Decreto nº 83.284 de 13 de março de 1979 *

Dá nova regulamentação ao Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978.

O Presidente da República, usando da atribuição que lhe confere o art. 81, item III, da Constituição, Decreta:

Art. 1º É livre, em todo território nacional, o exercício da profissão de jornalista, aos que satisfizerem as condições estabelecidas neste Decreto.

Art. 2º A profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades:

I – redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário;

II – comentário ou crônica, por meio de quaisquer veículos de comunicação;

III – entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada;

IV – planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição gráfica de matéria a ser divulgada;

V – planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata o item I;

VI – ensino de técnicas de jornalismo;

VII – coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação;

VIII – revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e à adequação da linguagem;

IX – organização e conservação de arquivo jornalístico e pesquisa dos respectivos dados para elaboração de notícias;

X – execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação;

XI – execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico, para fins de divulgação.

Art. 3º Considera-se empresa jornalística, para os efeitos deste decreto, aquela que tenha como atividade a edição de jornal ou revista, ou a distribuição de noticiário, com funcionamento efetivo, idoneidade financeira e registro legal.

§ 1º Equipara-se à empresa jornalística a seção ou serviço de empresa de radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agências de publicidade ou de notícias, onde sejam exercidas as atividades previstas no art. 2º.

§ 2º A entidade pública ou privada não jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada à circulação externa está obrigada ao cumprimento deste decreto, relativamente, aos jornalistas que contratar.

Art. 4º O exercício da profissão de jornalista requer prévio registro no órgão regional do Ministério do Trabalho, que se fará mediante a apresentação de:

I – prova de nacionalidade brasileira;

II – prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal; V- Lei nº 6.868, de 3 de dezembro de 1980, que aboliu a exigência de atestado de bons antecedentes (D.O. 4/12/1980).

III – diploma de curso de nível superior de jornalismo ou de comunicação social, habilitação jornalismo, fornecido por estabelecimento de ensino reconhecido na forma da lei, para as funções relacionadas nos itens I a VII do art. 11;

IV – Carteira de Trabalho e Previdência Social.

Parágrafo único. Aos profissionais registrados exclusivamente para o exercício das funções relacionadas nos itens VIII e XI do art. 2º, é vedado o exercício das funções constantes dos itens I a VII do mesmo artigo.

Art. 5º O Ministério do Trabalho concederá, desde que satisfeitas as exigências constantes deste decreto, registro especial ao:

I – colaborador, assim entendido aquele que, mediante remuneração e sem relação de emprego, produz trabalho de natureza técnica, científica ou cultural, relacionado com a sua especialização, para ser divulgado com o nome e qualificação do autor;

II – funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidam com as mencionadas no art. 2º;

III – provisionado.

Parágrafo único . O registro de que tratam os itens I e II deste artigo não implica o reconhecimento de quaisquer direitos que decorram da condição de empregado, nem, no caso do item II, os resultantes do exercício privado e autônomo da profissão.

Art. 6º Para o registro especial de colaborador é necessária apresentação de:

I – prova de nacionalidade brasileira;

II – prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III – declaração de empresa jornalística, ou que a ela seja equiparada, informando do seu interesse pelo registro de colaborador do candidato, onde conste a sua especialização, remuneração contratada e pseudônimo, se houver.

Art. 7º Para o registro especial de funcionário público titular de cargo cujas atribuições legais coincidam com as mencionadas no art. 2º, é necessária a apresentação de ato de nomeação ou contratação para cargo ou emprego com aquelas atribuições, além do cumprimento do que estabelece o art. 4º.

Art. 8º Para registro especial de provisionado é necessária a apresentação de:

I – prova de nacionalidade brasileira;

II – prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III – declaração, fornecida pela empresa jornalística, ou que a ela seja equiparada, da qual conste a função a ser exercida e o salário correspondente;

IV – diploma de curso de nível superior ou certificado de ensino de 2º grau fornecido por estabelecimento de ensino reconhecido na forma da lei, para as funções relacionadas nos itens I a VII do art. 11.

V – declaração, fornecida pela entidade sindical representativa da categoria profissional, com base territorial abrangendo o município no qual o provisionado irá desempenhar suas funções, de que não há jornalista associado do sindicato, domiciliado naquele município, disponível para contratação;

VI – Carteira de Trabalho e Previdência Social.

§ 1º A declaração de que trata o item V deverá ser fornecida pelo sindicato, ao interessado, no prazo de 3 (três) dias úteis.

§ 2º Caso exista profissional domiciliado no município disponível para contratação, o sindicato comunicará o fato ao Ministério do Trabalho, no mesmo prazo não superior a 3 (três) dias, a contar do pedido de fornecimento da declaração de que trata o item V.

§ 3º Caso o Sindicato não forneça a declaração de que trata o item V, no prazo mencionado no § 1º, o interessado deverá instruir o seu pedido de registro com protocolo de apresentação do requerimento ao Sindicato.

§ 4º Na hipótese prevista no parágrafo anterior o Ministério do Trabalho concederá ao sindicato prazo não superior a 3 (três) dias para se manifestar sobre o fornecimento da declaração, caso não tenha ocorrido o fato constante do § 2º.

§ 5º O registro especial de provisionado terá caráter temporário, com duração máxima de 3 (três) anos, renovável somente com a apresentação de toda documentação prevista neste artigo.

Art. 9º Será efetuado, no Ministério do Trabalho, registro dos diretores de empresas jornalísticas que, não sendo jornalistas, respondem pelas respectivas publicações, para o que é necessário a apresentação de:

I – prova de nacionalidade brasileira;

II – prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III – prova de registro civil ou comercial da empresa jornalística, com o inteiro teor do seu ato constitutivo;

IV – prova de depósito do título da publicação ou da agência de notícias no órgão competente do Ministério da Indústria e do Comércio;

V – 30 exemplares do jornal; ou 12 exemplares da revista; ou 30 recortes ou cópias de noticiário, com datas diferentes de sua divulgação.

§ 1º Tratando-se de empresa nova, o Ministério do Trabalho efetuará registro provisório, com validade por 2 (dois) anos, tornando-se definitivo após a comprovação constante do item V deste artigo.

§ 2º Não será admitida renovação ou prorrogação do prazo de validade do registro provisório previsto no parágrafo anterior.

Art. 10 . Será efetuada no Ministério do Trabalho registro especial do diretor de empresa não jornalística sob cuja responsabilidade se editar publicação destinada à circulação externa ou interna, para o que se exigirá a apresentação de:

I – prova de nacionalidade brasileira;

II – prova de que não está denunciado ou condenado pela prática de ilícito penal;

III – prova de depósito do título da publicação no órgão competente do Ministério da Indústria e do Comércio.

Art. 11 . As funções desempenhadas pelos jornalistas, como empregados, serão assim classificadas:

I – Redator: aquele que, além das incumbências de redação comum, tem o encargo de redigir editoriais, crônicas ou comentários;

II – Noticiarista: aquele que tem o encargo de redigir matérias de caráter informativo, desprovidas de apreciações ou comentários, preparando-as ou redigindo-as para divulgação;

III – Repórter: aquele que cumpre a determinação de colher notícias ou informações, preparando ou redigindo matéria para divulgação;

IV – Repórter de Setor: aquele que tem o encargo de colher notícias ou informações sobre assuntos predeterminados, preparando-as ou redigindo-as para divulgação;

V – Rádio Repórter: aquele a quem cabe a difusão oral de acontecimento ou entrevista pelo rádio ou pela televisão, no instante ou no local em que ocorram, assim como o comentário ou crônica, pelos mesmos veículos;

VI – Arquivista-Pesquisador: aquele que tem a incumbência de organizar e conservar cultural e tecnicamente o arquivo redatorial, procedendo à pesquisa dos respectivos dados para elaboração de notícias;

VII – Revisor: aquele que tem o encargo de rever as provas tipográficas de matéria jornalística;

VIII – Ilustrador: aquele que tem a seu cargo criar ou executar desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico;

IX – Repórter Fotográfico: aquele a quem cabe registrar fotograficamente quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;

X – Repórter Cinematográfico: aquele a quem cabe registrar cinematograficamente quaisquer fatos ou assuntos de interesse jornalístico;

XI – Diagramador: aquele a quem compete planejar e executar a distribuição gráfica de matérias, fotografias ou ilustrações de caráter jornalístico, para fins de publicação.

Parágrafo único . Os Sindicatos serão ouvidos sobre o exato enquadramento de cada profissional.

Art. 12 . Serão privativas de jornalista as funções pertinentes às atividades descritas no art. 2º, tais como editor, secretário, subsecretário, chefe de reportagem e chefe de revisão.

Art. 13 . Não haverá incompatibilidade entre o exercício da profissão de jornalista e o de qualquer outra função remunerada ainda que pública, respeitadas a proibição de acumular cargos e as demais restrições de lei.

Art. 14 . Será passível de trancamento o registro profissional do jornalista que, sem motivo legal, deixar de exercer a profissão por mais de 2 (dois) anos.

§ 1º Não incide na cominação deste artigo o afastamento decorrente de:

- a) suspensão ou interrupção do contrato de trabalho;
- b) aposentadoria como jornalista;
- c) viagem ou bolsa de estudo, para aperfeiçoamento profissional;
- d) desemprego, apurado na forma da Lei nº 4.923, de 23 de dezembro de 1965.

§ 2º O trancamento será da competência do órgão regional do Ministério do Trabalho, de ofício ou a requerimento da entidade sindical representativa da categoria profissional, cabendo a esta fazer publicar, em órgão oficial, por três vezes consecutivas e dentro de um interstício de dois anos, a relação dos jornalistas cujos registros pretende trancar.

§ 3º Os órgãos do Ministério do Trabalho prestarão aos sindicatos representativos da categoria profissional, as informações que lhes forem solicitadas, especialmente quanto ao registro de admissões e dispensas nas empresas jornalísticas, realizando as inspeções que se tornarem necessárias para a verificação do exercício da profissão de jornalista.

§ 4º O exercício da atividade em empresa não jornalística, mencionada no art. 3º, § 2º, não constituirá prova suficiente de permanência na profissão se a publicação e seu responsável não tiverem registro nos termos deste decreto.

§ 5º O registro trancado suspende a titularidade e o exercício das prerrogativas profissionais, mas pode ser revalidado mediante apresentação dos documentos mencionados nos itens II e III do art. 4º.

Art. 15 . O salário de jornalista não poderá ser ajustado nos contratos individuais de trabalho, para a jornada normal de 5 (cinco) horas, em base inferior à do salário estipulado, para a respectiva função em acordo ou convenção coletiva de trabalho, ou sentença normativa da Justiça do Trabalho.

Parágrafo único. Em negociação ou dissídio coletivo poderão os sindicatos de jornalistas reclamar o estabelecimento de critérios de remuneração adicional pela divulgação de trabalho produzido por jornalista em mais de um veículo de comunicação coletiva.

Art. 16 . A admissão de provisionado, para exercer funções relacionadas nos itens I a VII do art. 11, será permitida nos municípios onde não exista curso de jornalismo reconhecido na forma da lei e, comprovadamente, não haja jornalista domiciliado,

associado do sindicato representativo da categoria profissional, disponível para contratação.

Parágrafo único. O provisionado nos termos deste artigo poderá exercer suas atividades somente no município para o qual foi registrado.

Art. 17 . Os atuais portadores de registro especial de provisionado poderão exercer suas atividades no Estado onde forem contratados.

Art. 18 . A fiscalização do cumprimento dos dispositivos deste decreto se fará na forma do art. 626 da Consolidação das Leis do Trabalho, sendo aplicável aos infratores multa variável de 1 a 10 vezes o maior valor de referência fixado de acordo com o art. 2º, parágrafo único, da Lei nº 6.205, de 29 de abril de 1975.

Parágrafo único . Aos sindicatos representativos da categoria profissional incumbe representar às autoridades competentes acerca do exercício irregular da profissão de jornalista.

Art. 19 . Constitui fraude a prestação de serviços profissionais gratuitos, ou com pagamentos simbólicos, sob pretexto de estágio, bolsa de estudo, bolsa de complementação, convênio ou qualquer outra modalidade, em desrespeito à legislação trabalhista e a este regulamento.

Art. 20 . O disposto neste decreto não impede a conclusão dos estágios comprovadamente iniciados antes da vigência da Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978, os quais, entretanto, não conferirão, por si só, o direito ao registro profissional.

Art. 21 . Este Decreto entra em vigor na data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário, especialmente os Decretos nºs 65.912, de 19 de dezembro de 1969 e 68.629, de 18 de maio de 1971.

Brasília, em 13 de março de 1979; 158º da Independência e 91º da República.

Ernesto Geisel

Jorge Alberto Jacobss Furtado

Lei nº 7.084 , de 21 de dezembro de 1982*

Atribui valor de documento de identidade à carteira de Jornalista Profissional

O Presidente da República

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º É válida em todo território nacional, como prova de identidade, para qualquer efeito, a carteira de jornalista emitida pela Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais.

Parágrafo único . A carteira de que trata este artigo poderá ser emitida diretamente pela Federação ou através do sindicato de jornalistas profissionais a ela filiado, desde que com a sua autorização expressa e respeitado o modelo próprio.

Art. 2º Constarão obrigatoriamente da carteira de jornalista, pelo menos, os seguintes elementos: nome completo; nome da mãe; nacionalidade e naturalidade; data de nascimento; estado civil; registro geral e órgão expedidor da cédula de identidade; número e série da carteira de trabalho e previdência social; número do registro profissional junto ao órgão regional do Ministério do Trabalho; cargo ou função profissional, ou licenciamento profissional; ano de validade da carteira; data de expedição; marca do polegar direito; fotografia; assinaturas dos responsáveis pela entidade expedidora e do portador; número de inscrição no Cadastro de Pessoa Física; e grupo sanguíneo.

Art. 3º O modelo da carteira de identidade do jornalista será o aprovado pela Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais e trará a inscrição: "Válida em todo o território nacional".

Art. 4º A Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais fornecerá carteira de identidade profissional também ao jornalista não sindicalizado, desde que habilitado e registrado perante o órgão regional do Ministério do Trabalho, nos termos da legislação regulamentadora da atividade profissional.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 6º Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, em 21 de dezembro de 1982; 161º da Independência e 94º da República.

João Figueiredo

Ibrahim Abi-Ackel, Murillo Macêdo

Murillo Macêdo

Lei nº 7.360 – de 10 de setembro de 1985*

Altera dispositivo do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista

O Presidente da República,

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Os §§ 3º e 4º do art. 4º do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, são reenumerados, respectivamente, para §§ 1º e 2º.

Art. 2º A alínea "c" do § 3º, reenumerado para § 1º, do art. 4º do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, passa a vigorar com a seguinte redação:

a) provisionados na forma do art. 12, aos quais será assegurado o direito de transformar seu registro em profissional, desde que comprovem o exercício de atividade jornalística nos dois últimos anos anteriores à data do Regulamento".

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 (sessenta) dias, contados de sua publicação.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 10 de setembro de 1985; 164º da Independência e 97º da República.

José Sarney

Almir Pazzianoto

Decreto nº 91.902, de 11 de novembro de 1985*

Regulamenta a Lei nº 7.360, de 10 de setembro de 1985, que altera dispositivos do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969

O Presidente da República, usando da atribuição que lhe confere o art. 81, item III, da Constituição.

Decreta:

Art. 1º É assegurado ao jornalista provisionado na forma do art. 12 do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, o direito de transformar seu registro para jornalista profissional.

Art. 2º Para que se efetive a transformação referida no artigo anterior, o provisionado deverá comprovar:

I – o registro como provisionado na forma do art. 12, do Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969;

II – o exercício de atividade jornalística nos dois anos imediatamente anteriores ao Decreto nº 83.284, de 13 de maio de 1979.

Parágrafo único. A comprovação do item I deste artigo far-se-á mediante certidão fornecida pela Delegacia Regional do Trabalho e, a do item II, por intermédio de anotações na Carteira de Trabalho e Previdência Social; do documento fornecido por empresa jornalística, do qual constem a função, o período de trabalho e o correspondente salário; ou por outros meios de prova, tais como perícias, documentos e testemunhos.

Art. 3º A transformação do registro, a que se refere o art. 1º deste Decreto, poderá ser requerida na Delegacia Regional do Trabalho em que o provisionado esteja registrado ou na da localidade de sua residência.

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 11 de novembro de 1985; 164º da Independência e 97º da República.

José Sarney

Almir Pazzianot

3. CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISTA

O Congresso Nacional dos Jornalistas Profissionais aprova o presente Código de Ética:
O Código de Ética do Jornalista fixa as normas a que deverá subordinar-se a atuação do profissional, nas suas relações com a comunidade, com as fontes de informação e entre jornalistas.

I - Do Direito à informação.

Art. 1o - O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse.

Art. 2o - A Divulgação de informação, precisa e correta, é dever dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade.

Art. 3o - A informação divulgada pelos meios de comunicação pública se pautará pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo.

Art. 4o - A prestação de informações pelas instituições públicas, privadas e particulares, cujas atividades produzem efeito na vida em sociedade, é uma obrigação social.

Art. 5o - A obstrução direta ou indireta á uma divulgação da informação e aplicação de censura ou autocensura, é delito contra a sociedade.

II - Da Conduta Profissional do jornalista

Art. 6o - O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, e de finalidade pública, subordinado ao presente Código de Ética.

Art. 7o - O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação.

Art. 8o - Sempre que considerar correta e necessário, o jornalista resguardará a origem e identidade das suas fontes de informação.

Art. 9o - É dever do jornalista:

- a) Divulgar todos os fatos que sejam de interesse público.
- b) Lutar pela liberdade de pensamento e expressão.

5 x 25 cm

direita = R\$ 106,25

esquerda = R\$ 88,75

horizontal

10 x 25 cm

direita = R\$ 212,50

esquerda = R\$ 177,50

horizontal

- c) defender o livre exercício da profissão.
- d) Valorizar, honrar e dignificar a profissão.
- e) Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e a opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos do Homem.
- f) Combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercida com o objetivo de controlar a informação.
- g) Respeitar o direito à privacidade do cidadão.
- h) Prestigiar as entidades representativas e democráticas da categoria.

Art. 10 - O jornalista não pode:

- a) Aceitar oferta de trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial da categoria ou com tabela fixada por sua entidade de classe.
- b) Submeter-se a diretrizes contrárias à divulgação correta da informação.
- c) Frustar a manifestação de opiniões divergentes ou impedir o livre debate.
- d) Concordar com a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, políticos, religiosos, raciais ou de sexo. Exercer cobertura jornalística pelo órgão em que trabalha, em instituições públicas, onde seja funcionário, assessor ou empregado.

III - Da Responsabilidade Profissional do Jornalista

Art. 11- O jornalista è responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros.

Art. 12 - Em todos os seus direitos e responsabilidades o jornalista terá apoio e respaldo das entidades representativas da categoria.

Art. 13 - O jornalista deve evitar a divulgação de fatos:

- a) Com interesse de favorecimento pessoal ou vantagens econômicas.
- b) De caráter mórbido e contrários aos valores humanos.

Art. 14 - O jornalista deve:

- a) Ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, todas as pessoas objeto de acusações não comprovadas, feitas por terceiros e não suficientemente demonstradas ou verificadas.

b) Tratar com respeito a todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar.

Art. 15 - O jornalista deve permitir o direito de resposta às pessoas envolvidas ou mencionadas na matéria, quando ficar demonstrada a existência de equívocos ou incorreções.

Art. 16 - O jornalista deve pugnar pelo exercício da soberania nacional, em seus aspectos político, econômico e social, e pela prevalência da vontade da maioria da sociedade, respeitados os direitos das minorias.

Art. 17 - O jornalista deve preservar a língua e a cultura nacionais.

IV - Aplicação do Código de Ética Art. 18 - As transgressões ao presente Código de Ética serão apuradas e apreciadas pela Comissão de Ética.

Parágrafo 1o - A comissão de Ética será eleita em Assembléia Geral da categoria, por voto secreto, especialmente convocada para este fim.

Parágrafo 2o - A Comissão de Ética terá cinco membros com mandato coincidente com o do diretoria Sindical.

Art. 19 - Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética ficam sujeitos gradativamente às seguintes penalidades:

a) Aos associados do Sindicato, de observação, advertência, suspensão ou exclusão do quadro social do Sindicato.

b) Aos não associados, de observação, advertência pública, impedimento temporário e impedimento definitivo de ingresso no quadro social do Sindicato.

Art. 20 - Por iniciativa de qualquer jornalista, cidadão ou instituição atingidos, poderá ser dirigida representação escrita e identificada à Comissão de Ética para que seja apurada a existência de transgressões cometida por jornalista.

Art. 21 - Recebida a representação, a Comissão de Ética decidirá sua aceitação fundamentada ou, se notadamente incabível, determinará seu arquivamento, tornando pública a decisão, se necessário.

Art. 22 - A aplicação de penalidade deve ser procedimento de prévia audiência do jornalista, objeto de representação, sob pena de nulidade.

Parágrafo 1o - A audiência deve ser convocada por escrito, pela Comissão de Ética, mediante sistema que comprove o recebimento da respectiva notificação, realizar-se-á no prazo de 10 dias a contar da data de vencimento do mesmo.

Parágrafo 2o - O jornalista poderá apresentar respostas escrita no prazo do parágrafo anterior, ou apresentar suas razões oralmente, no ato da audiência.

Parágrafo 3o - A não observância pelo jornalista dos prazos previstos neste Artigo, implica na aceitação dos termos da representação.

Art. 23 - Havendo ou não resposta, a Comissão de Ética dará seu parecer no prazo máximo de 10 dias, contados da data marcada para a audiência.

Art. 24 - Os jornalistas atingidos pelas penas de advertência e suspensão, podem recorrer à Assembléia Geral da categoria. As penas máximas só poderão ser aplicadas após prévio referendo da Assembléia Geral especialmente convocada para este fim.

Art. 25 - A notória intenção de prejudicar o jornalistas manifesta em caso de representação sem o necessário fundamento, será objeto de censura pública contra o seu autor.

Art. 26 - O presente Código de Ética entrará em vigor após a homologação em Assembléia Geral de Jornalistas, especialmente convocada por este fim.

Art. 27 - Qualquer modificação neste Código somente poderá ser feita em Congresso Nacional de Jornalistas mediante proposição subscrita no mínimo por 10 delegações representantes de Sindicato de Jornalistas.

4. DECLARAÇÃO DE PRINCÍPIOS PARA A CONDUTA DOS JORNALISTAS²⁵

Esta Declaração internacional é proclamada como um padrão de conduta profissional para jornalistas empenhados em coletar, transmitir, publicar e comentar notícia e informação e em descrever acontecimentos.

1. Respeito à verdade e ao direito do público à verdade é o primeiro dever do jornalista.
2. No exercício deste dever, o jornalista há de defender os princípios de liberdade na apuração e publicação honesta das notícias, e o direito a comentário e crítica.
3. O jornalista somente informará de acordo com fatos cuja origem ele conhece. O jornalista não suprimirá informação essencial nem usará documentos falsificados.
4. O jornalista só usará métodos justos para obter notícias, fotografias e documentos.
5. O jornalista fará o extremo para retificar qualquer informação publicada que for comprovada como perniciosamente incorreta.
6. O jornalista guardará segredo profissional da fonte de informação obtida em confiança.
7. O jornalista estará ciente do perigo de a imprensa promover discriminação, e fará o extremo para evitar discriminação baseada, entre outras coisas, em raça, sexo, orientação sexual, linguagem, religião, ou opiniões políticas e origens nacionais ou sociais.
8. O jornalista considerará como graves delitos profissionais os seguintes:
 - a) plágio
 - b) deturpação maliciosa
 - c) calúnia, injúria, difamação, acusações infundadas
 - d) suborno, em qualquer forma, em troca de publicação ou omissão de notícias

²⁵Adotada pelo 2º Congresso Mundial da Federação Internacional de Jornalistas, em Bordeaux, em 25-28 de abril de 1954, e emendado pelo 18º Congresso Mundial da FIJ, em Helsink, em 2-6 de junho de 1986.

9. jornalistas dignos desse nome considerarão como de seu dever observar fielmente os princípios declarados acima. Dentro da lei geral de cada país, o jornalista reconhecerá, em questões profissionais, exclusivamente a jurisdição de seus colegas e recusará a interferência do governo.

5. TABELA DE PREVISÃO DE CUSTOS²⁶

Recursos Humanos	Editor – proprietário	R\$ 1.000
	Contador	R\$ 200
	Jornalista	R\$ 800
Custos Fixos	Transporte	R\$ 300
	Aluguel	R\$ 200
	Condomínio	R\$ 50
	Telefone	R\$ 300
	Luz	R\$ 50
	Água	R\$ 30
	Material de escritório	R\$ 200
	Fotografia	R\$ 400
	Distribuição	R\$ 400
	Impressão (3 mil exemplares)	R\$ 1.000
Custos de primeira edição	Abertura de firma	R\$ 400
Custos Esporádicos	Cartazes (100)	R\$ 50
	Cartões de visita (500)	R\$ 75
	Registro de domínio (anual)	R\$ 80
	Total	R\$ 5.135

²⁶ Valores aproximados, com base em consultas realizadas durante o mês de fevereiro do presente ano.

6. DEMOSNTRATIVO DE PREÇOS PARA ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

5 x 15 cm

direita = 63,75

esquerda = 53,25

horizontal e vertical

5 x 10 cm

direita = R\$ 42,50

esquerda = R\$ 35,50

horizontal e vertical

10 x 10 cm

direita = R\$ 85

esquerda = R\$ 71