Fonte: Meio & Mensagem, ano 27, n. 1180, p. 60-61, 17 out. 2005.

Pesquisa indica as mídias do referendo

Jornais locais, Veja, Jornal Nacional, Jovem Pan e UOL são destacados em levantamento sobre as principais fontes de informação da população sobre o tema

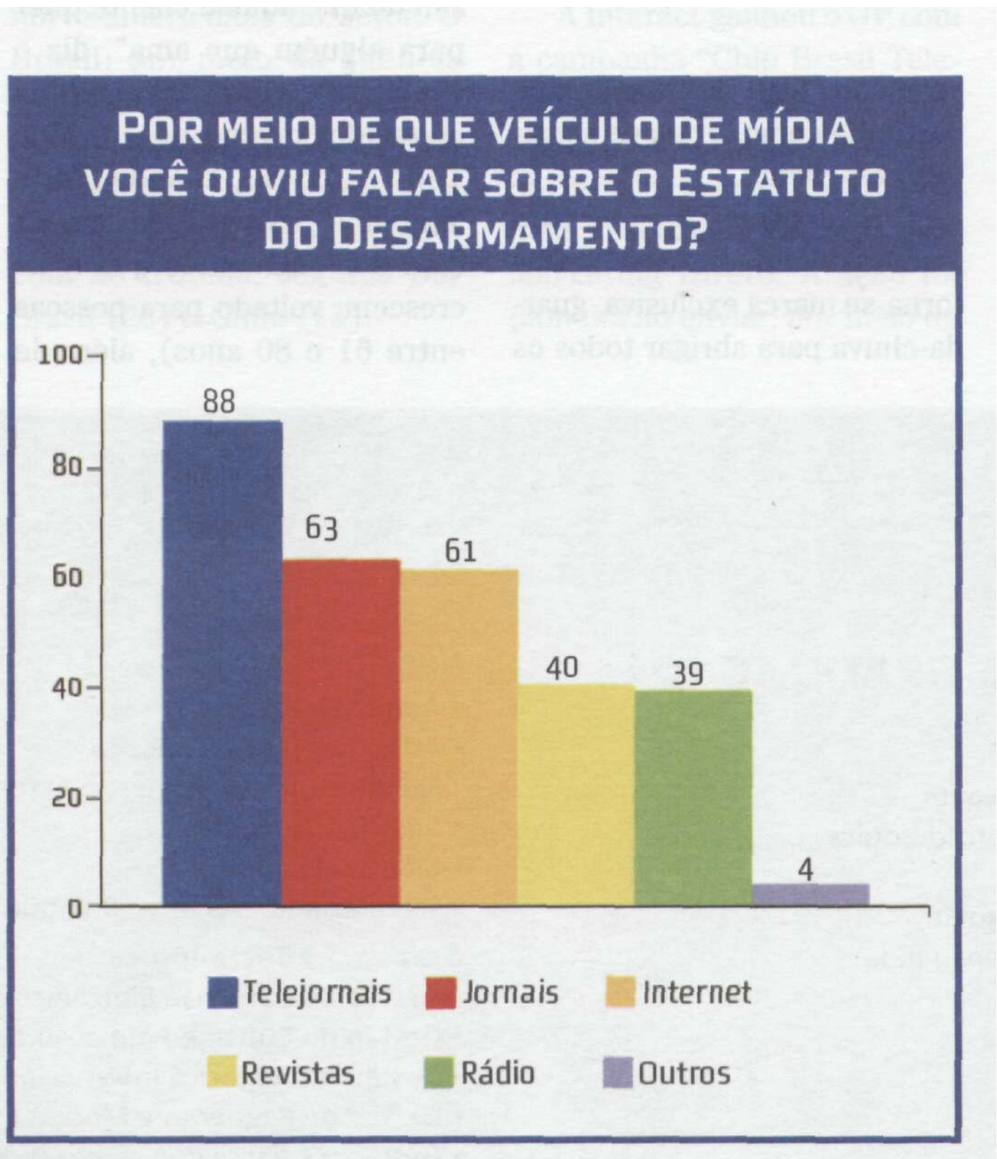
ALISSONAVILA

Um levantamento online realizado pelo instituto de pesquisas Qualibest sobre o referendo do comércio de armas, que ouviu 1.875 pessoas em um período de 30 dias, indicou os principais veículos de comunicação acessados pela população para informar-se sobre o tema. A partir de uma resposta múltipla, a TV foi apontada como a mídia mais utilizada pela sociedade (88%), seguida por jornais (63%), internet (61%), revistas (49%) e rádio (39%).

Dividindo-se por mídias *(ver quadros)*, o estudo mostra, por exemplo, que os jornais locais das cidades dos entrevistados são a mais importante fonte de informação nesse segmento, com 22% de citações. Veja lidera entre as revistas, com 30%. O maior índice de citação está na TV, em que o Jornal Nacional tem 70% de lembrança e é seguido por outros dois programas da organização da família Marinho, o Jornal da Globo e o Fantástico. A Record aparece em quarto lugar com o Jornal da Record.

O rádio é a mídia com menor quantidade de referências: apenas quatro emissoras foram citadas nominalmente e o índice de "outras rádios", 11%, é igual ao percentual da mais citada, a Jovem Pan, O portal UOL fecha o levantamento como o mais lembrado na internet (23%), em um páreo duro com o Terra.

A pesquisa traz outros dados interessantes, como a vitória hipotética do "não", que recebeu 66% das intenções de voto, contra 34% do "sim". Separando-se por classes sociais, o "não" também vence em todas: 68% nas classes A e B e 62% na C. Uma pergunta mais ampla, questionando o conhecimento do Estatuto do Desarmamento, indica que apenas 6% dos respondentes desconhecem sua existência. Já o próprio fato de haver *um* referendo foi aprovado por 63% dos ouvidos. No universo pesquisado, que prioriza a Região Sudeste e pessoas entre 18 e 24 anos, 8% declarou possuir arma de fogo em casa.



Fonte: Qualibest

Anúncio

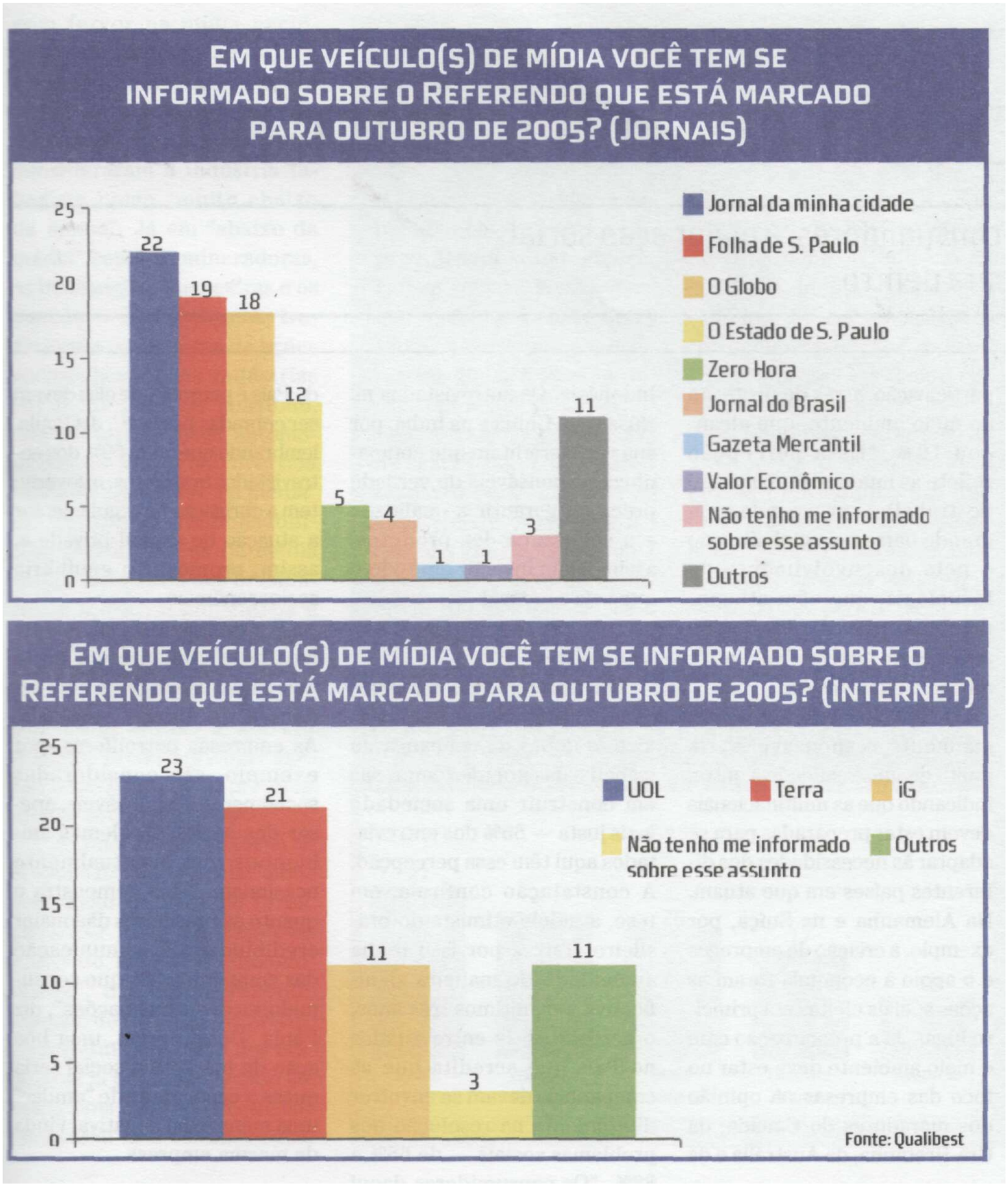
Desinformação a esmo no debate

Desinformação parece ser a palavra de ordem no referendo sobre o comércio de armas no Brasil. As declarações da mídia e da sociedade, faltando uma semana para a consulta popular, estão transformando o objeto da votação em algo maior do que realmente é: na prática, o que está em jogo é a proibição de proprietários de armas regularizadas comprarem até 50 balas por ano para revólveres ou pistolas e de novos interessados adquirirem um armamento. Mais do que isso, como diz seu nome, o pleito vai referendar uma decisão que já existe na forma de lei desde 2003 e aguarda aprovação popular: o Artigo 35 do capítulo VI da Lei nº 10.826/03, que já prega a proibição.

Essa confusão também é percebida nos campos do marketing e da comunicação do setor. Paulo de Mattos, consultor jurídico da Rossi

fabricante de armas de grande porte -, disse a **Meio & Mensagem,** por exemplo, que o Ministério da Defesa proíbe o setor de fazer qualquer tipo de divulgação. "Nem adianta querer falar de comunicação da marca", declarou. Porém, a legislação permite a propaganda de armas no Brasil em revistas especializadas. E essa informação, por sua vez, era desconhecida pelo próprio assessor do Ministério da Defesa, também procurado pelo jornal para esclarecer a dúvida.

A postura dos fabricantes do setor é de reticência total. Tanto a Rossi como a Taurus (fabricante de armas de pequeno porte) e a Companhia Brasileira de Cartuchos (CBC), as três indústrias armamentistas nacionais, estão evitando comentar o tema. A Rossi diz que o silêncio é uma opção para evitar o desencontro de opiniões. A CBC não atendeu às solicitações de entrevista, e a Taurus declara que apenas as frentes parlamentares do "sim" e do "não", ao lado da sociedade civil organizada, é que devem liderar o debate. A última entrevista oficial da companhia sobre o tema ocorreu em julho passado, concedida pelo ex-presidente da corporação, Carlos Murgel (falecido em 12 de setembro), à revista Trip. A publicação mais importante do setor no País, a revista Magnum, também não comentou o tema. (AA)



Segurança privada arma-se com propaganda

No vácuo do referendo do comércio de armas, o Sindicato das Empresas de Segurança Privada, Segurança Eletrônica, Serviços de Escolta e Cursos de Formação do Estado de São Paulo (Sesvesp) lançou há poucos dias uma campanha, veiculada especialmente na mídia rádio, na qual incentiva a contratação de empresas do setor que ostentem o Certificado de Regularidade em Segurança (CRS), criado pelo próprio sindicato em 2002.

Segundo o Sesvesp, ao contratar serviços credenciados, as empresas têm garantia de "vigilantes treinados e periodicamente reciclados", de "prestadoras socialmente responsáveis, que respeitam o piso salarial da categoria", além da "tranqüilidade em não serem envolvidas em eventuais processos criminais pela contratação de segurança irregular". Procurado por **Meio & Mensagem** para comentar a ação, o sindicato não se pronunciou até o fechamento desta edição.

As empresas de segurança privada Albatroz, Grupo Predial e Estrela Azul foram procuradas para comentar o impacto da escolha do "sim" ou do "não" nos seus negócios e também não se pronunciaram. Já a Escolta Serviços, segundo seu gerente de contratos, Moacyr Aparecido Silva, coloca-se contra a proibição da venda de armas e não acredita em aumento de procura pelos seus serviços caso a medida se mantenha. Ainda assim, o grupo pretende faturar 15% a mais neste ano. A possível vitória do sim, diz Silva, vai suprimir um direito do cidadão comum. "O sim colocará uma grande parcela da população na ilegalidade, fazendo surgir um mercado negro para as pessoas que precisarem se defender", diz.

DANIELE DO NASCIMENTO MADUREIRA

Anúncio