

A comunicação social sueca

Comparando internacionalmente, os suecos (população: 9,2 milhões) são consumidores de comunicação social em larga escala – dedicando cerca de seis horas por dia à imprensa, rádio e televisão. Nos dias úteis, 87 por cento da população lê um jornal diário, em papel ou “online”.

Poucos sectores variam com tanta rapidez como o da comunicação social, mas o panorama da “mass media” sueca continua a ser dominado pela imprensa diária tradicional, a rádio e a televisão, embora as condições da sua actividade tenham mudado enormemente.

Televisão

As estações estatais, SVT1 e SVT2, tendo por missão o serviço público, dominam nas audiências dos suecos, a par dos canais privados TV3, TV4 e Kanal 5.

Os cinco maiores canais televisivos (SVT1, SVT2, TV3, TV4 e Kanal 5) mantêm a supremacia. Mas, cinco dos

mais pequenos (Eurosport, TV6, TV4 PLUS, Discover e MTV) e todos os chamados “canais de nichos” (48 diferentes) registam grandes progressos – especialmente os canais comerciais para crianças, que subiram marcadamente nos últimos anos.

Por decisão parlamentar, no Outono de 2005, a Suécia operou uma gradual mudança para a televisão digital, via rede terrestre – tendo as emissões analógicas cessado em Fevereiro de 2008. Esta evolução desencadeou, entre outros aspectos, uma concorrência ainda mais intensiva entre os distribuidores televisivos por satélite, cabo e terrestres.

Editado pelo Instituto Sueco
Novembro 2008 DS 45 a

Mais folhas de dados podem ser encontradas em
www.sweden.se

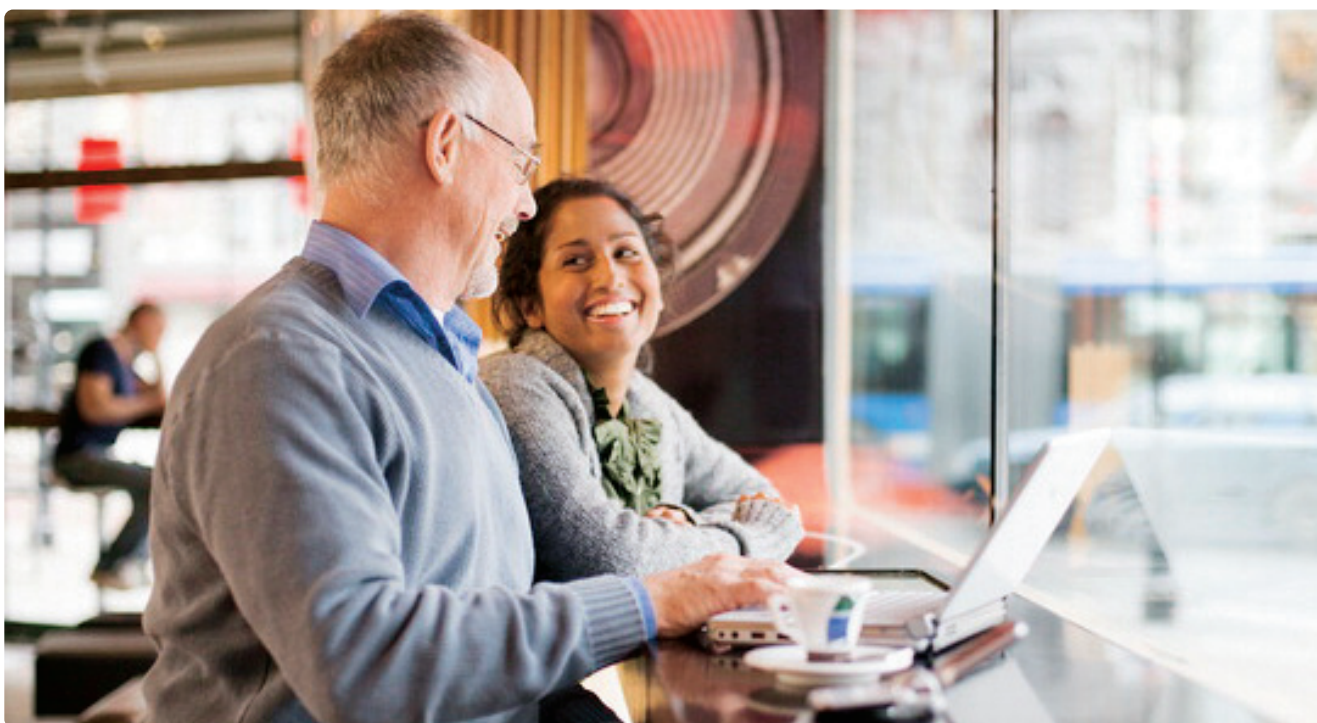
Si.
Svenska institutet

Diagrama dos índices de audiência de TV

“Os Cinco Grandes” (SVT1, SVT2, TV3, TV4 e Kanal 5) tinham 79,6% de audiência em Julho de 2005 e 73,7% em Julho de 2006.

“Os Cinco Pequenos” (Eurosport, TV6, TV4 PLUS, Discovery e MTV) tinham 9,7% em Julho de 2005 e 11,2% em Julho de 2006.

“Os Canais de Nichos” (48 pequenos canais) tinham 10,7% em Julho de 2005 e 15,1% em Julho de 2006.



Os maiores jornais suecos são lidos diariamente na web por mais de 2 milhões de pessoas. (Foto: Hans Bjurling)

Rádio

A estatal Rádio Suécia (Sveriges Radio ou SR) é, distanciadamente, a maior emissora sueca, em termos orçamentais e de audiência. A SR dispõe de quatro canais de cobertura nacional (P1, P2, P3 e P4), 26 canais regionais e vários canais digitais, todos transmitindo também pela Internet. O P4 lidera, alcançando diariamente 35% de audição (a SR obtém um total diário de 65%), mas o P3 enfrenta forte concorrência das estações comerciais. As rádios locais privadas atingem 30% de ouvintes, sobretudo no grupo etário de 9 a 34 anos, enquanto que a SR conta com uma quota de 80% no segmento de 65 a 79 anos.

Jornais

A definição de um jornal diário na Suécia é, numa perspectiva internacional, bastante lata (com alguns jornais a serem publicados apenas uma vez por semana), assentando em regras do apoio estatal à imprensa escrita.

Presentemente, os suecos lêem uma média de 83% de imprensa paga e 41% de jornais gratuitos.

Revistas

O mercado sueco de revistas, ou magazines, caracteriza-se tanto pela tradição como pela renovação. A tradição é representada por um grupo de publicações familiares que, ao longo de várias décadas, conserva uma base de vendas de um milhão de cópias. Magazines pertencentes a diversas organizações (como, por exemplo, sindicais) dispõem também de larga tiragem. A renovação encontra-se em editoras já estabelecidas, que adaptam o conteúdo e a periodicidade das suas publicações ou lançam revistas completamente novas. O mercado sueco de revistas é muito diversificado, com vasto número de títulos e editoras. Novos títulos surgem e desaparecem em rápida cadência. Somente

Os maiores jornais suecos

Nome	Circulação *	Proprietário	Matiz política
Aftonbladet	399.400	Schibstedt	Social-Democrata
Dagens Nyheter	344.200	Grupo Bonnier	Independente Liberal
Expressen	320.400 (incl. <i>GT</i> e <i>Kvällsposten</i>)	Grupo Bonnier	Liberal
Göteborgs-Posten	246.900	Grupo Hjärne	Liberal
Svenska Dagbladet	196.600	Schibstedt	Independente Conservador
Sydsvenskan	124.100	Grupo Bonnier	Independente Liberal
Dagens Industri	118.500	Grupo Bonnier	(Jornal de Negócios)

* As cifras de circulação referem-se a dias úteis, no início de 2008 (*Tidningsstatistik, TS*).

em 2005 foram lançados quase 150 títulos.

A empresa distribuidora de revistas Tidsam distribui anualmente 3.200 edições de cerca de 275 títulos, assim como, aproximadamente, 90 exemplares únicos a 10.000 revendedores, enquanto que o seu concorrente Interpress distribui 200 revistas suecas de conteúdos específicos e 1.800 títulos internacionais.

Cinema sueco

Na última década, o mercado sueco de cinema sofreu uma transformação radical devido ao aparecimento de novas modalidades, como TV por Cabo e de Pagarpay-Ver, assim como venda e aluguer de DVD e cassettes VHS – a par das tradicionais exposições em salas ou pela televisão. A Svensk Filmindustri (SF), do grupo Bonnier, é presentemente a única grande empresa do sector. Através da SF Bio AB, possui e gere a maioria dos cinemas suecos. A Folkets Bio, uma associação cultural, importa, distribui e exhibe filmes de qualidade de todo o mundo. No conjunto do mercado nórdico, o maior exibidor é a empresa norte-americana Egmont, representada na Suécia por diversos distribuidores e laboratórios cinematográficos.

Os grandes grupos proprietários

O Estado e os grupos Bonniers, Schibsted e Stenbeck constituem os maiores proprietários do mercado sueco da comunicação social. O Estado controla principalmente a fundação proprietária da Televisão Sueca (SVT 1 e SVT 2), da Rádio Suécia (Sveriges Radio ou SR) e da Rádio Educacional (Utbildningsradio ou UR). A Bonniers (Bonnier AB) é a maior editora privada de jornais, revistas e imprensa cinematográfica e de negócios. Possui também uma forte posição no mercado livreiro, controlando ainda, praticamente, o canal televisivo TV4.

A empresa norueguesa Schibsted, estabelecida na Suécia em meados de 1990, é proprietária de, entre outros, 49,9% do Aftonbladet, 35% do jornal gratuito Metro e da maioria accionista do Svenska Dagbladet.

O grupo Stenbeck compreende um variado número de empresas, sendo o maior no sector da televisão, possuindo um total de 17 canais, incluindo TV3, os canais TV1000 e TV6 (anterior ZTV), assim como a produtora Strix. É, também, comproprietário do Metro (69 edições em 21 países e 18 línguas) e de diversas estações de rádio.

Apoio estatal à imprensa

A ajuda financeira estatal sueca à imprensa escrita foi introduzida na década de 1960 com o objectivo de travar o encerramento de jornais e, sobretudo, apoiar jornais de segundo plano publicados em determinadas regiões, com o fundamento de a pluralidade da imprensa ser essencial a uma democracia funcional. Os jornais dominantes recebem geralmente da publicidade a sua principal receita.

Este apoio, porém, nunca esteve isento de controvérsia, por haver quem aponte a ajuda selectiva como contrária à lei da liberdade de imprensa e considere que os jornais não deviam depender economicamente do Estado.

A imprensa diária sueca divide-se em cinco grupos principais

- Os jornais matutinos das grandes cidades vendem-se sobretudo por assinatura – sendo os de maior circulação em Estocolmo, Gotemburgo e Malmoe, respectivamente, *Dagens Nyheter*, *Göteborgs-Posten* e *Sydsvenskan*.
- Os jornais da tarde das grandes cidades (que agora se publicam de manhã) são vendidos principalmente por avulso em quiosques e lojas diversificadas. Os maiores: *Aftonbladet*, *Expressen*, *Kvällsposten* e *Göteborgs-Tidningen (GT)*.
- Imprensa regional ou local: jornais de frequências elevada (6-7 números por semana) e média (3-5 números semanais) publicados fora das grandes cidades. Os maiores: *Östgöta Correspondenten* e *Nerikes Allehanda*.
- Jornais de baixa frequência (1-2 números por semana) publicados tanto na província como nas grandes cidades. Por exemplo: *Arbetaren* e *Mölnåls-Posten*.
- Jornais gratuitos – divididos em diários do tipo *Metro* (distribuídos em Estocolmo, Gotemburgo e Malmoe) e local (normalmente semanais).

A audiência televisiva na Suécia é cada vez mais diversificada e de grande diferenciação etária

No grupo 16–25 anos		
91%	vê	TV4
82%	vê	Kanal 5
65%	vê	SVT1
51%	vê	TV6 (anterior ZTV)
No grupo 26–45 anos		
92%	vê	TV4
83%	vê	SVT1
78%	vê	SVT2
61%	vê	Kanal 5
59%	vê	TV3
No grupo 46–65 anos		
94%	vê	SVT1
91%	vê	TV4
90%	vê	SVT2
52%	vê	TV3
34%	vê	Kanal 5

Em 2008, foi atribuído um total de 567 milhões de coroas suecas (cerca de 57 milhões de euros) em subsídios a jornais com uma circulação máxima de 30% nas suas regiões. Esta ajuda é sobretudo relevante para os jornais de baixa frequência da província.

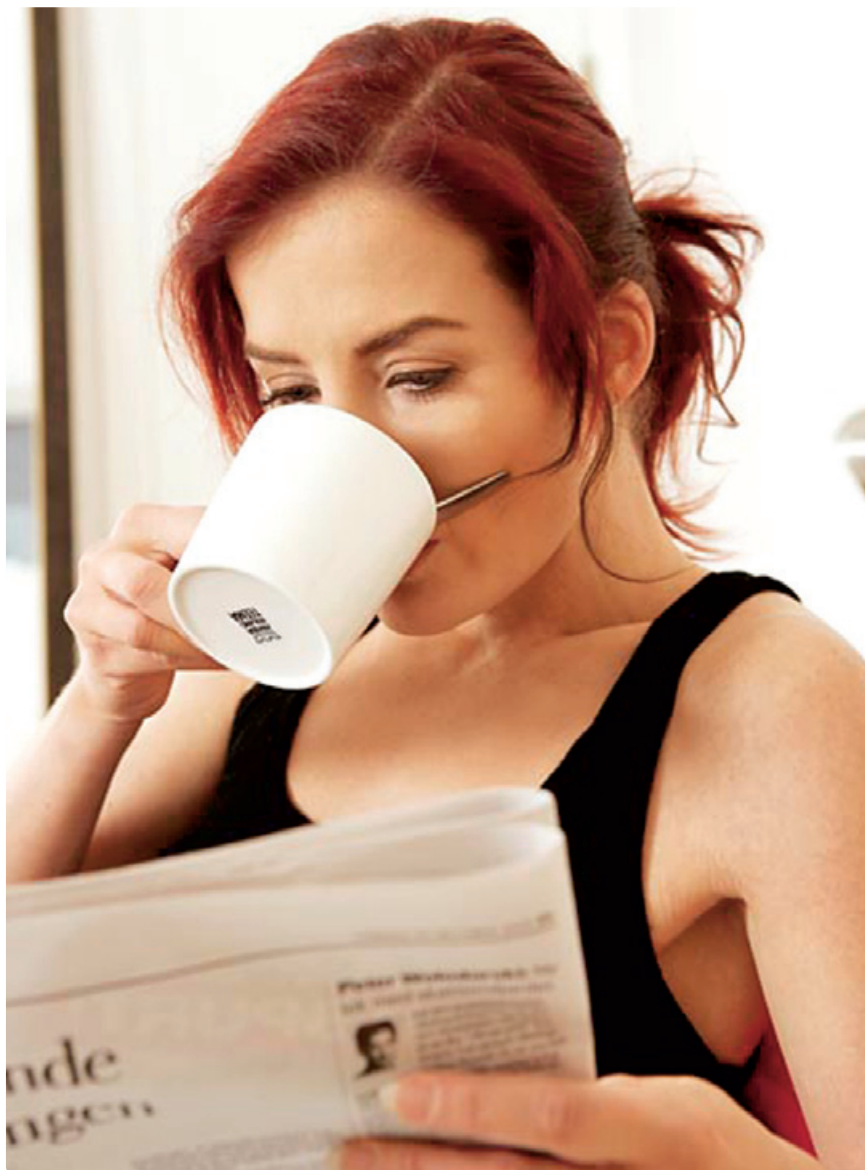
Regras éticas da imprensa

O sistema de regras éticas existente na Suécia assegura uma ampla liberdade de expressão e a independência absoluta da comunicação social face ao Estado. Os órgãos garantes da sua prática são o Conselho de Cooperação da Imprensa (*Pressens Samarbetsnämnd*), criado pelo Clube de Publicistas (*Publicistklubben*), fundado em 1874; a Federação Sueca de Jornalistas (*Journalistförbundet*), fundada em 1901, organismo sindical; e a Associação Sueca de Editores de Jornais (*Tidningsutgivarna, TU*), agremiação dos empresários do sector.

A responsabilidade pela vigilância do cumprimento das normas éticas compete ao Conselho da Imprensa Sueca (*Pressens Opinionsnämnd*), constituído em 1916, e ao Provedor Geral de Imprensa (*Allmänhetens Pressombudsman*), criado em 1970. Sobre a importância de se zelar pelas “boas práticas editoriais” reina pleno consenso na Suécia entre todos os intervenientes na comunicação social.

Tanto na Europa ocidental como nos Estados Unidos existem sistemas e regras éticas similares, embora menos extensivos que na Suécia, por nem todos os meios de comunicação participarem.

Na Suécia, aliás, tem vindo a debater-se a necessidade de maior intervenção judicial ou de mais rígido auto-saneamento contra os abusos da comunicação social.



Sempre apreciado – o jornal da manhã com uma caneca de café. (Foto Lars Trangius/Johnér)

A liberdade de expressão e de imprensa na Suécia

Os princípios fundamentais da liberdade de expressão e de imprensa na Suécia são:

- *Liberdade de estabelecer:* Todos os cidadãos suecos têm direito a fundar um jornal impresso, desde que possuam autorização para publicar e um editor responsável. Quanto a outros meios da comunicação social, o Estado procura restringir as frequências de rádio a quem promover a maior liberdade possível de expressão e informação.
- *Proibição de censura:* Todas as formas de pré-inspecção de material impresso são proibidas, assim como obstruir a sua impressão ou distribuição.

- *Protecção do anonimato e das fontes:* A identidade das pessoas que prestam informações a uma redacção é protegida e todos os trabalhadores dos meios de comunicação têm direito ao anonimato. Órgãos estatais e regionais estão também proibidos de investigar a identidade de pessoas que fornecem informações à comunicação social. (Esta protecção não existe em muitos países da União Europeia).
- *Regras de responsabilidade:* Todas as publicações impressas, assim como todos os programas de rádio e televisão, devem ter um editor legalmente responsável. É ele – não o autor do texto ou o produtor do programa – que pode

ser responsabilizados pelos respectivos conteúdos.

- *Procedimentos legais:* Declarações ou publicação de informações não autorizadas, que impliquem crime contra a segurança do Estado ou a ordem pública, difamação de pessoas privadas, etc. são objecto de tratamento judicial.
- *Acesso público à informação:* Um preceito essencial da legislação sueca sobre a liberdade de imprensa consiste no princípio do acesso público à informação oficial – uma norma única quando estabelecida em 1766 e que ainda hoje mantém a sua singularidade internacional. Este princípio determina que toda a documentação em poder das autoridades do país deve ser acessível ao público, incluindo bases de dados e documentos técnica e electronicamente similares.

Novos fenómenos – blogues e chats

A grande maioria dos jornais e das estações de rádio e televisão da Suécia possui sítios próprios na Internet – que fornecem geralmente abundante material suplementar relacionado com os seus próprios textos. A imprensa diária utiliza crescentemente a web-TV e a web-Rádio, por exemplo para entrevistas, enquanto que as rádios e televisões colocam textos nos seus sítios web. A interacção com os consumidores intensifica-se cada vez mais.

Muitos jornais suecos têm os seus blogues próprios, ligados a alguma das suas redacções. O termo “blogue” deriva do inglês “web-log”, como em “logbook”

Datas e acontecimentos históricos

- A primeira legislação mundial sobre liberdade da imprensa foi introduzida na Suécia em 1766. Mas, largas restrições seguiram-se-lhe quase de imediato.
- A legislação actual é, na sua maior parte, originária de 1949, integrando, porém, os mesmos princípios fundamentais estabelecidos em 1766, 1810 e 1812.
- Em 1925, a estatal Rádio Suécia iniciou as suas emissões, mantendo-se como único operador até 1981.
- Em 1954 e 1968, começaram a transmitir os canais de TV correspondentes às actuais SVT1 e SVT2, ambas não-comerciais e ainda financiadas pelas taxas de licença.
- Em 1967, foi criada a Lei da Rádio, que define os princípios da actividade radiofónica e televisiva na Suécia, incluindo exigências de imparcialidade e objectividade, designação de responsável pelos conteúdos dos programas e protecção do anonimato e das fontes informativas.
- Na noite de fim-de-ano de 1987, foi lançado o canal de satélite TV3 pela empresa florestal e de aço Kinnevik.
- Em 1990, um novo canal privado, TV4, financiado pela publicidade, iniciou as suas transmissões, autorizadamente, via rede terrestre, com a contrapartida de fornecer serviço noticioso e emissões regionais.
- Em 1992, faliu a A-Press, grupo de jornais do movimento sindicalista, comprometendo-se os seus novos proprietários não-socialistas a manter as páginas editoriais abertas às opiniões social-democratas.
- Em 1992, entrou em vigor a lei constitucional da liberdade de expressão, compreendendo não só a rádio, a televisão, o cinema e o vídeo, como ainda o acesso público às bases de dados.

(diário de bordo). O formato e o tom são informais, existindo na Suécia numerosos blogues de múltiplos tipo e qualidade, que comentam tendências e casos diversos. O fenómeno blogue tem sido criticado por amadorismo, enquanto que os seus apolo-gistas alegam tratar-se de um mundo paralelo da comunicação social, com uma importante função observadora e de célere difusão de informações.

O chat, ou “chatting”, é a conversação em tempo real via IRC (Internet Relay Chat), um ponto de encontro virtual, ou através de um sítio web. O chat é mais frequente entre os jovens, mas tem-se

tornado cada vez mais corrente a abertura de fóruns de chat associados a debates na televisão ou a qualquer assunto de actualidade na imprensa.

Para mais informação

Internet/Links (em inglês):

SVT: www.svt.se

Göteborgs Posten: www.gp.se

Sydsvenskan: www.sydsvenskan.se

Federação Sueca de Jornalistas: www.sjf.se

Instituto do Cinema Sueco: www.sfi.se

Quer comentar esta publicação do SI? Contacte-nos via e-mail info@sweden.se

Este texto é editado pelo Instituto Sueco e também pode ser encontrado em www.sweden.se – estando a sua reprodução sujeita a consentimento prévio do SI. Para obter a respectiva autorização, é favor contactar: webmaster@sweden.se. Fotos ou ilustrações não devem ser usados em outros contextos.

O Instituto Sueco (SI) é um organismo público com a missão de difundir conhecimentos sobre a Suécia no estrangeiro. Produz um vasto leque de publicações, em diversos idiomas, sobre múltiplos aspectos da sociedade sueca. Informação adicional em: www.si.se, www.swedenbookshop.com.

Para mais informações sobre a Suécia consulte: www.sweden.se (sítio oficial da Suécia na Internet) ou a Embaixada ou Consulado da Suécia no seu país. Instituto Sueco (Svenska Institutet), Box 7434, SE-103 91 Stockholm, Suécia. Sede: Skeppsbron 2, Stockholm, Telefone: +46 8 453 78 00. E-mail: si@si.se. Web: www.si.se