

JORNAL O SEMEADOR: UM CENTENÁRIO PROPAGADOR DA FÉ CATÓLICA

Eduardo Tadeu Lopes da Silva¹ | Ricardo José Oliveira Ferro²

Comunicação Social - Jornalismo



ISSN IMPRESSO 2316-672X
ISSN ELETRÔNICO 2317-1693

RESUMO

Este trabalho procura mostrar a importância do *Jornal O Semeador* para a história da cidade de Maceió, uma vez que o mesmo é o periódico mais antigo da capital e que ainda permanece em circulação. Apresenta uma reflexão acerca da utilização da comunicação no âmbito eclesial que a considera uma ferramenta para a evangelização e anúncio da palavra de Deus. Foi realizada pesquisa, por meio de questionários, em dez paróquias da capital alagoana, dentre as trinta, que recebem os exemplares quinzenalmente para a efetiva circulação e venda. Ainda foram efetivadas entrevistas com responsáveis anteriores e atuais do *Jornal O Semeador* sobre a sua elaboração e circulação e verificado *in loco* o ambiente de sua elaboração. A pesquisa contou também com o resgate histórico de *O Semeador*, onde se constatou a sua presença e influência nos campos sociais, políticos e religiosos de Maceió em todo o seu trajeto histórico. A partir dos resultados dos dados coletados percebeu-se a necessidade de sugerir aprimoramento do referido jornal, onde foi proposta uma nova formatação em sua diagramação e conteúdos, para que o mesmo se torne mais atrativo e procurado pela população maceioense.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação. Jornal Impresso. O Semeador.

This paper seeks to show the importance of the *O Semeador* Journal, for the history of Maceio, since it is the oldest journal of the capital and which still remains outstanding. It presents a reflection about the use of communication in the Church that considers a tool for evangelization and proclamation of God's word. A survey was conducted through questionnaires, in ten parishes of the capital of Alagoas, among the thirty who receive copies every two weeks for the effective circulation and sale. There were effective interviews with former and current members of the Journal, responsible for its formulation and circulation and verified on the spot the environment where it is prepared. The survey also included a historical review of *O Semeador*, which demonstrated its presence and influence in social, political and religious fields in Maceio in its entire course of history. From the results of the data collected, came out the need to suggest the improvement of the journal, with a new format in its layout and content, so that it becomes more attractive and wanted by the population of Maceió.

KEYWORDS

Communication. Printed Journal. *O Semeador*.

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um fator preponderante em todos os âmbitos sociais. Desde os primórdios da humanidade, comunicar-se sempre se apresentou como necessidade para o relacionamento entre os seres humanos, que conviviam em grupos e/ou tribos.

No meio religioso não poderia ser diferente, e pode-se acrescentar que a vivência eclesial, seja do leigo ou do missionário, é totalmente realizada com e através da comunicação com os demais membros da comunidade eclesial e com Deus.

A igreja vem aprimorando os seus recursos de informação e adequando os elementos comunicacionais atuais, para a efetivação de uma comunicação de qualidade na realização da evangelização.

Desse modo, a igreja utiliza-se da internet (blog, site, redes sociais), TV, rádio, eventos, revista e do jornal impresso, este que mesmo sendo um dos meios de comunicação mais antigos, permanece sendo utilizado nos dias atuais, com muita propriedade e como disseminador das informações eclesiais e de evangelização.

Tendo em vista a proximidade do centenário de existência e circulação do *Jornal O Semeador*, o qual é elaborado pela Arquidiocese de Maceió da Igreja Católica Apostólica Romana, esta pesquisa apresentará uma análise acerca do mesmo, onde serão observados fatores positivos e negativos, diagramação e outros aspectos técnicos.

Será também apreciada toda a história e evolução do *Jornal O Semeador*, assim como, quais fatores prejudicam a sua aceitação ou circulação, para que assim possam ser propostas melhorias que ampliem a evangelização por meio deste.

O fato de o *Jornal O Semeador* estar se aproximando dos seus cem anos de existência e de ser aquele com mais tempo de circulação na cidade de Maceió contribuiu para que

esta pesquisa fizesse uma análise de sua história, evolução, transformações e apresentasse propostas de mudanças em sua diagramação, pauta e conteúdo, e demais aspectos que refletem positivamente em sua circulação e aceitação, objetivando a ampliação dos seus leitores e apresentar a relevância da existência e permanência do jornal impresso.

O trabalho foi efetivado por meio de pesquisa bibliográfica e documental, as quais deram embasamento teórico às propostas. Foram ainda efetivadas entrevistas com alguns responsáveis, anteriores e atuais, pelo Jornal *O Semeador* para consubstanciar a veracidade dos dados. Além disso, foi feita análise do próprio jornal impresso para averiguação de possíveis propostas de melhorias, assim como, foi verificada *in loco* a sua elaboração.

2 NOÇÕES GERAIS SOBRE COMUNICAÇÃO

Percebe-se que a comunicação humana passou por uma série de etapas de transição as quais vêm evoluindo desde os primórdios da terra até os dias atuais. A primeira etapa é a chamada “Era dos Símbolos e dos Sinais”, onde os seres pré-humanos se comunicavam por meio de rosnados, urros, berros, além de posturas, linguagens corporais e outras formas de manifestação que indicavam à presença de alimentos, o perigo, a caçada e a disposição para o acasalamento. (LAGE, 2000).

Em seguida veio a “Era da Fala e da Linguagem”, momento no qual a linguagem já se encontrava em uso pelos *Cro Magnon*, de quem os seres humanos são descendentes diretos. Segundo Lage (2000) foi exatamente nesta era que houve uma evolução cultural e uma facilidade maior de expressão o que possibilitou um salto para o desenvolvimento humano.

A partir de então, há uns cinco mil anos, surge a “Era da Escrita” trazendo os caracteres simbólicos ou hieróglifos, os quais em cada símbolo representavam uma ideia, coisa ou conceito. Nesta época, a escrita era privilégio dos escribas, pois eram os únicos que eram especialistas neste entendimento e tinham o domínio dos milhões de signos utilizados, os quais eram decifrados para os ricos e poderosos da época (LAGE, 2000).

Com o passar dos anos a “Era da Imprensa” surge com toda força e com a técnica de impressão concebida por *Johan Gutenberg*, em 1455. O uso da tipografia e de uma nova tecnologia de comunicação promoveu a difusão de muitas cópias impressas, mapas, relatos de viagem, entre outros, o que induziu a democratização da sociedade (LAGE, 2000).

Com o desenvolvimento da técnica de impressão, abriram-se bibliotecas, criaram-se escolas, doutrinas religiosas foram propagadas, artes e ciências foram desenvolvidas, entre outras contribuições, as quais levaram a memória humana à libertação de ter que recordar de sua cultura, pois poderiam armazenar seus registros e transmitir com segurança para as gerações futuras.

No começo do século XX observou-se a “Era da Comunicação de Massa”, com o aparecimento de jornais, livros, revistas, do telégrafo, telefone, cinema, rádio e televisão, os quais transformaram os hábitos das pessoas. A comunicação tornou-se algo corriqueiro na vida das pessoas e, a mesma, vem evoluindo rapidamente com o passar dos anos.

A informação deixou de ser privilégio de alguns, como acontecia da “Era da Escrita”, passando a atingir a todos sem exceção. A internet veio para ampliar a disseminação da informação e, atualmente, sabe-se em questão de segundos os acontecimentos do outro lado do mundo.

Observando o mundo atual é fácil perceber que a humanidade vive rodeada pela comunicação e pelos diversos veículos de comunicação. O próprio ser humano é um “veículo” de comunicação, pois consegue comunicar-se com um simples gesto ou olhar.

Segundo Andrade (2005, p.103),

a realidade é que, no exercício de qualquer atividade humana, nenhuma criatura poderá deixar de falar, escrever ou adotar alguma forma de comunicação para dar aos seus semelhantes à ideia do que está fazendo ou da sua predisposição para agir.

Hightet *apud* Andrade (2005, p. 103-104) ainda ressalta que “não existe uma só profissão ou atividade humana que não seja influenciada ou que não possa ser promovida mediante melhor comunicação”.

Nos dias atuais, pensar em comunicação é, sem dúvidas, refletir sobre a velocidade em que a informação é propagada podendo chegar ao seu receptor em tempo real, nas diversas distâncias, por meio dos veículos de comunicação. Na era digital e/ou midiática não há a possibilidade de viver sem que haja a utilização de algum desses meios de comunicação, independente do ambiente que se esteja inserido.

Além disso, a comunicação é um elemento fundamental para a descoberta de novos conceitos, novos métodos, novas informações cruciais ou indispensáveis para o convívio social, para um estado de vida, para a realização de determinadas ações, sendo necessária para todo e qualquer indivíduo. É como afirma Correia (2007, p. 55):

[...] Ao utilizar os meios de comunicação pode-se descobrir, que as pessoas tanto os utilizam para libertar-se emocionalmente, como para obter conselhos, como para entender reflexões acerca da vida, como para compensar seus próprios problemas, etc. Dessa forma, conclui-se que as pessoas utilizam os meios, porque sentem necessidade disso, precisam disso, pois se sentem gratificadas de alguma forma.

Quanto à utilização dos meios de comunicação, observa-se a existência de diversos veículos de comunicação, que possibilitam a disseminação da informação e a geração do conhecimento, dos quais podem ser citados a internet, a televisão, o rádio, a revista e o jornal impresso. Todos os meios citados possuem a característica da informação e porque não dizer, também, do entretenimento, possuindo suas respectivas particularidades quanto à maneira de realizar e de divulgar notícias.

O jornal impresso, mesmo sendo o veículo considerado antigo, devido ao tempo de sua existência e utilização, ainda apresenta-se como importante instrumento comunicacional, que seja considerado por alguns um meio ultrapassado devido ao desenvolvimento tecnológico que beneficia os meios de comunicação digitais tornando-os mais acessíveis e práticos.

3 A COMUNICAÇÃO NO ÂMBITO ECLESIAL E A SERVIÇO DA IGREJA CATÓLICA

O fenômeno religioso e o da comunicação possuem histórias entrelaçadas. A descoberta de projetos de vida que corporificam determinadas religiões empolgam as pessoas

comprometidas com estas propostas, tornando-se suas propagadoras. Tanto no passado quanto no presente as instituições religiosas sempre se ocuparam de forma intensa com as estratégias de comunicação. Isto significa, ao mesmo tempo, a sua sedimentação e a sua renovação.

Embora religião e comunicação possuam, sociologicamente, histórias diferentes, ambas trabalham com um importante elemento comum: o símbolo e o imaginário. Além disso, a religião e a comunicação apresentam-se viabilizadas por instituições concretas, seus destinatários assumem atitudes, criam convicções, elaboram visão ou concepção de mundo a partir de suas propostas. Vale ressaltar que tanto as instituições religiosas quanto as agências de comunicação social, interpenetram-se, na busca de hegemonia.

Nos EUA, os primeiros programas evangélicos estavam vinculados ao protestantismo, e o catolicismo, por sua vez, concentrava poucas atenções para os campos mercadológico e religioso. Sendo assim o protestantismo é mundialmente considerado o pioneiro nesse segmento.

No pentecostalismo, o interesse pela mídia partiu da *Igreja Evangélica Assembleia de Deus* com o programa *Minutos com Jesus*, entre outros. Em seguida, surgiram as igrejas *do Evangelho Quadrangular*, *Brasil para Cristo* e a *Deus é Amor*, veiculando programas de rádio em todo território nacional (GONÇALVES, 2008)

No que se poderia batizar de "indústria cultural cristã", católicos e evangélicos mantêm uma disputa acirrada e, no momento, equilibrada. A exceção é a TV. A Igreja Católica admite que os evangélicos estejam na dianteira nessa área, e assume a culpa por isso. Até os anos 1940 e 1950, os católicos tinham um trabalho de comunicação muito eficiente, no rádio por exemplo. Durante muito tempo, a Igreja Católica encarou a televisão de forma acanhada demais (CUNHA, 1999).

Nos anos 1970, do século passado, a Igreja Católica percebeu que os veículos de comunicação eram fundamentais para a difusão dos seus dogmas. A partir daí foram sendo ocupados pequenos horários da programação (principalmente no rádio), mas não era suficiente para a propagação da fé. Era preciso ter veículos de comunicação que divulgassem somente os valores cristãos. (BARROS, 2001).

A Pós-Modernidade, juntamente com o avanço da tecnologia, aponta a mídia, seja ela impressa ou digital, como o caminho de sucesso para qualquer mercado, empreendimento e programação.

Outro fator constatado em nossos dias é a necessidade de cada crença religiosa manifestar sua espiritualidade e mensagens numa sociedade com inúmeras dúvidas sobre o mundo espiritual: espíritas falam de vidas passadas e reencarnações; protestantes da fé centrada em Jesus Cristo; católicos fazem alusão a imagens de santos e romarias; pentecostais enfatizam o poder do Espírito Santo na vida do crente; neopentecostais buscam transmitir um Deus que presenteia o ser humano com bens materiais.

A Igreja Católica, especificamente, que possui uma organização estrutural e administrativa regida por pastorais, criou a Pastoral da Comunicação, esta que é a mediadora das orientações da igreja para com aqueles que trabalham a comunicação no ambiente eclesial.

Com quase cem anos de existência o Jornal *O Semeador* possui uma trajetória repleta de fatos que não só fazem parte da história do jornal, como também da história de Maceió. Observa-se que o periódico teve muita influência na sociedade maceioense, assim como, no meio político.

O jornal foi fundado em 02 de março de 1913, e teve a frente um grupo de jovens sacerdotes formado pelos padres Antonio José de Cerqueira Valente, Luis Carlos de Oliveira Barbosa e José Franklin de Lima. Eles foram chamados à residência episcopal, pelo Bispo Dom Manoel Antônio de Oliveira Lopes, 2º bispo de Alagoas (1911-1922), que confiou a eles a fundação do jornal católico.

Na história de *O Semeador* observa-se a presença de três figuras que foram imprescindíveis para o seu desenvolvimento, os quais se mostraram ousados na realização de um trabalho jornalístico, mesmo sem a devida formação para a efetivação e elaboração do jornal. São eles: monsenhor Antonio de Cerqueira Valente, monsenhor Luis Carlos de Oliveira Barbosa e padre Franklin José Valente de Lima. Os demais sucessores na direção de *O Semeador* também são responsáveis pela continuação do jornal que é parte da história de Maceió.

Quando o Jornal *O Semeador* começou a circular sua redação era nos fundos da Catedral de Maceió, onde ali seu diretor monsenhor Valente, buscava fazer com que o neoinformativo pudesse, a cada semana, levar as informações de interesse da comunidade católica.

Na impossibilidade de ter repórteres eram os próprios sacerdotes que colhiam as notícias da "boca dos outros". Daí muitas vezes, após a impressão de alguns números do jornal, já em circulação, era verificado que suas notícias não eram verdadeiras. Com isso, o jornal era retirado do seu processo de impressão para a realização das devidas correções, ficando uma mesma edição com notícias diferentes.

O redator e revisor era o monsenhor Valente, que escrevia os textos a mão e os enviava para a tipografia. Em algumas edições havia matérias demais, enquanto em outras não havia nada para publicar. Porém, o ideal de levar a boa notícia não desanimava seus redatores.

Por não possuir profissionais da imprensa em sua equipe ou expediente, muitas vezes a direção do jornal não tinha tempo para dedicar-se ao semanário. Cada um dos redatores tinha várias outras funções na estrutura administrativa da igreja.

Quando começou a circular *O Semeador* era impresso em uma tipografia situada no bairro de Jaraguá, pertencente ao "Sr. Soares" como era conhecido o tipógrafo. Eram impressos 2 mil jornais, que tinha um custo de 300 mil reis e sua circulação era semanal.

Devido à precária estrutura, chegavam muitas reclamações dos anunciantes e leitores, os quais no momento do pagamento diziam ao cobrador: "O jornal dos padres só trás coisas da igreja e não nos serve". Daí em diante, *O semeador* passou a ser um jornal diário e tornou-se um noticioso. Começou a ser impresso na tipografia do próprio jornal, em um salão onde já funcionava sua redação, nos fundos da *Catedral Metropolitana de Maceió*.

Durante 55 anos, *O Semeador* foi um jornal que sempre cumpriu diariamente o programa traçado por monsenhor Valente. Com a morte de seu principal idealizador, o periódico teve alguns meses de recesso para poder se adequar a uma nova realidade.

Depois de nove meses fora de circulação, tempo de uma gestação, *O Semeador* retomou seu caminho, no dia 16 de agosto de 1969, tendo como diretor geral o Cônego Fernando Iorio Rodrigues. Agora não mais um diário como fora há 55 anos, e sim como um jornal semanal.

Em 15 de setembro de 1974, *O Semeador*, começou a circular com uma nova diagramação, mais moderna e mais atraente para leitura. Sob a direção do professor João Azevedo, vice-reitor da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), na época, de 01 de julho de 1978 a 28 de fevereiro de 1981, *O Semeador* foi impresso e diagramado na Gráfica da Ufal. Para que pudesse entrar em nova fase após sua publicação em 1981, ele, mais uma vez, entrou em recesso e ficou um ano e quatro meses fora de circulação.

Inicia-se outra fase do Jornal *O Semeador*, no dia 26 de junho de 1982, quando voltou a circular não mais semanalmente e sim quinzenalmente e passou a ser diagramado e impresso na Sergasa (Imprensa Oficial do Estado de Alagoas).

Sua impressão na Sergasa, com o passar dos anos tornou-se uma dor de cabeça para seus diretores, pois muitas vezes era posto em segundo plano pelos diagramadores e sua impressão sempre saía com atraso, impossibilitando sua distribuição nas paróquias, principalmente do interior.

Em 1997 o referido jornal católico começou a ser impresso e diagramado no parque Gráfico da Gazeta de Alagoas, da Organização Arnon de Mello (OAM). Duas de suas edições foram coloridas em sua capa e contracapa. Foi um período curto de um ano e quatro meses.

A abnegação de Dom Edvaldo Amaral, jornalista e amante da comunicação, fez com que *O Semeador*, voltasse em 12 de outubro de 1998 a ser impresso e diagramado em seu próprio parque gráfico, situado em uma sala no térreo da Cúria Arquidiocesana, ficando sobre os cuidados da Fundação Educadora Palmares, esta mantenedora do jornal até a atualidade.

Desde que iniciou a circulação em 1913, sua diagramação sofreu várias mudanças, e seu formato foi sendo melhorado. Primeiramente publicado tipograficamente, ou seja, com sua impressão artesanal, que perdurou da primeira edição até o ano de 1940, contendo quatro páginas de conteúdo.

Com seu crescimento em número de leitores, notícias e anúncios, no ano de 1940 até 1982, passa a ser em linotipo passou a ser impresso em oito páginas. Já de julho de 1982 a 1988, começa a ser impresso em offset e circula com 12 páginas. Em fevereiro de 1988 começou a ser editado com 16 laudas da forma que é diagramado até hoje. Sua redação e diagramação seguem os padrões exigidos para um jornal. Sua Impressão é feita em uma máquina offset e tem uma tiragem de 1200 exemplares. É distribuído quinzenalmente aos sábados, para 29 paróquias da capital e uma do interior, que vendem através de voluntários, no valor de R\$ 2,00.

A pesquisa sobre o *Jornal O Semeador* foi realizada em 10 paróquias dentre as 30 que recebem o periódico. Como critério de avaliação foi adotado a pesquisa qualitativa e questionado, por meio de questionário, quanto à aceitação do mesmo, se sua diagramação é atrativa e de fácil leitura e se é necessário e eficaz para evangelização. Ainda foi perguntado acerca de problemas identificados no periódico, assim como, sobre sugestões de melhoramento deste.

As paróquias escolhidas foram a de Nossa Senhora Auxiliadora, do Conj. Eustáquio Gomes; a de Nossa Senhora das Dores, localizada no Jacintinho, Nossa Senhora de Lourdes, da Gruta, Catedral Nossa Senhora dos Prazeres, do Centro, Divino Espírito Santo, da Jatiúca; São Pedro Apóstolo, da Ponta Verde, Nossa Senhora da Conceição, no município de Rio Largo; Nossa Senhora das Graças, da Levada, Santo Antônio de Pádua, no Bebedouro e Paróquia Santa Rita de Cássia, no Farol.

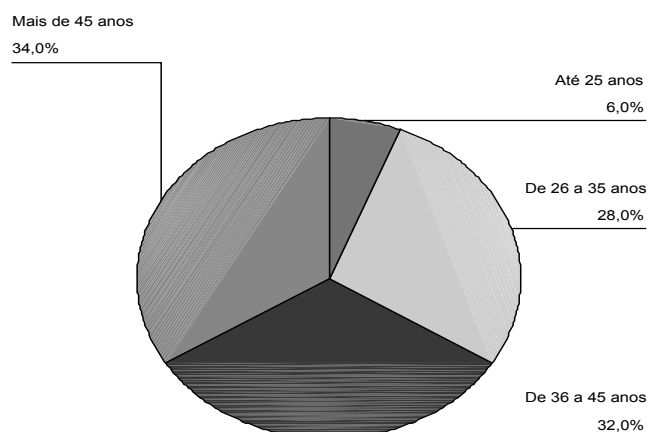
A escolha das paróquias supracitadas seguiu o critério de avaliar a aceitação do periódico nas diversas classes sociais, evitando obter uma resposta de apenas um tipo de leitor. Assim, foram escolhidos tanto bairros da periferia quanto bairros considerados nobres de Maceió. Foi entrevistado um total de 100 pessoas, onde conforme tabela abaixo, 28% corresponde ao percentual de homens e 72% ao percentual de mulheres entrevistados.

Tabela 1 – Sexo dos Entrevistados

	Frequência	Percental	Percentual Acumulado
Masculino	28	28,0	28,0
Feminino	72	72,0	100,0
Total	100	100,0	

Verificou-se ainda quanto à idade dos entrevistados e observou-se que os com mais de 45 anos tiveram maior percentual com 34%, enquanto que os de 36 a 45 anos, 32%, os de 26 a 35 anos, 28%, e os de até 25 anos 6%. Com esses dados é fácil perceber que o jornal *O Semeador* é lido em todas as faixas etárias, porém com certa predominância com os fiéis com mais de 36 anos de idade.

Gráfico 1- Idade dos Entrevistados



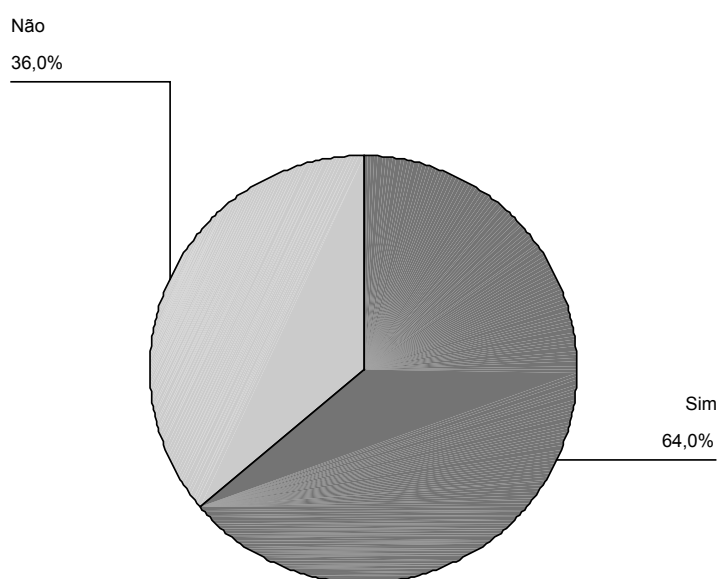
Foi questionado aos entrevistados se estes conheciam o periódico *O Semeador* e constatou-se que apenas 14% não sabiam de sua existência, enquanto 86% afirmaram saber da existência do mesmo, conforme tabela abaixo. Vale ressaltar que com essa informação averigua-se que o jornal ainda precisa de melhor divulgação, uma vez que está se levando em consideração apenas 100 pessoas. Além disso, por ser *O Semeador* um dos veículos de comunicação da *Arquidiocese de Maceió* inserido diretamente nas paróquias que o recebem.

Tabela 2 – Entrevistados que conhecem O Semeador

	Frequência	Percentual	Percentual Acumulado
Sim	86	86,0	86,0
Não	14	14,0	100,0
Total	100	100,0	

Indagou-se aos entrevistados se estes eram leitores do *Jornal O Semeador* e visualizou-se que 64% liam o periódico enquanto 36% não apreciavam a sua leitura. Analisando essa informação com a informação anterior, onde 14% dos entrevistados afirmaram não conhecer *O Semeador*, dos que conhecem o periódico 22% não é leitor, percentual esse que precisa ser analisado com cuidado e verificado quais motivos resultam em tal comportamento.

Gráfico 2 – Entrevistados que são leitores de O Semeador

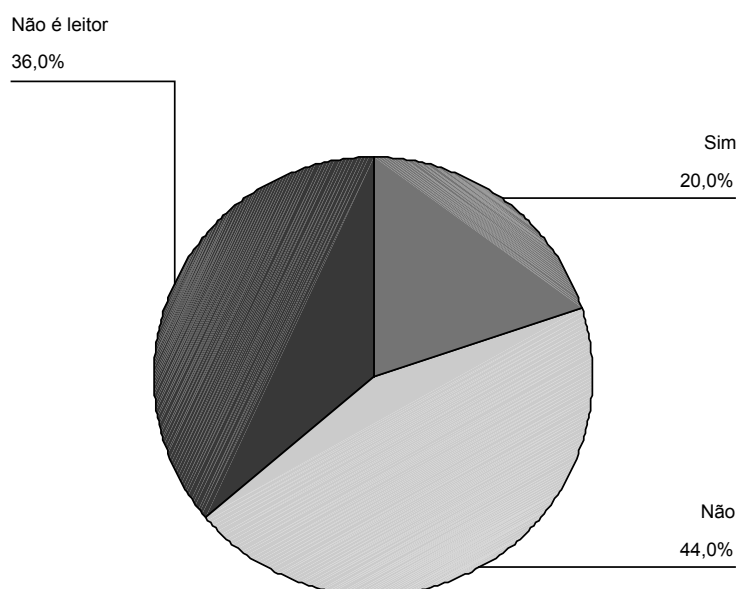


Desse modo, foi perguntado acerca dos motivos que resultam na não leitura do jornal. A resposta obtida foi que 7% alega não ter interesse no periódico, enquanto 29% não o consideram atrativo.

	Frequência	Percentual	Percentual Acumulado
Não tem interesse	7	7,0	7,0
Não o considera atrativo	29	29,0	36,0
Leitor	64	64,0	100,0
Total	100	100,0	

Constatando que a maioria dos não leitores do *Jornal O Semeador* não o consideram atrativo, foi então questionado aos leitores se estes apreciam o periódico como atrativo tendo como resultado 20% afirmando que sim, porém 44% não o veem com características atrativas.

Gráfico 3 – Entrevistados que consideram O Semeador atrativo



Mesmo não visualizando *O Semeador* como um jornal atrativo constatou-se que 77% dos entrevistados o percebem como um instrumento eficaz para evangelização, precisando de algumas melhorias, que o tornem mais procurado e eficaz no processo de evangelização.

Tabela 4 – Entrevistados que percebem O Semeador eficaz para a evangelização

	Frequência	Percentual	Percentual Acumulado
Sim	77	77,0	77,0
Não	23	23,0	100,0
Total	100	100,0	

Perguntando acerca dos problemas identificados no Jornal *O Semeador* foram enumerados oito problemas, conforme mostra a tabela abaixo, os quais são os principais responsáveis pela falta de interesse dos fiéis em adquirir o periódico. Percebe-se que 7% elencaram a diagramação como um dos problemas, uma vez que ele se apresenta com modelo arcaico que não atrai o leitor para o seu conteúdo.

O conteúdo obteve 12% onde foi comentada somente a existência de assunto referente à igreja podendo conter assuntos do cotidiano. Com 10% a impressão foi tida como um problema devido ao periódico ser impresso em preto e branco deixando a aparência do jornal pesada.

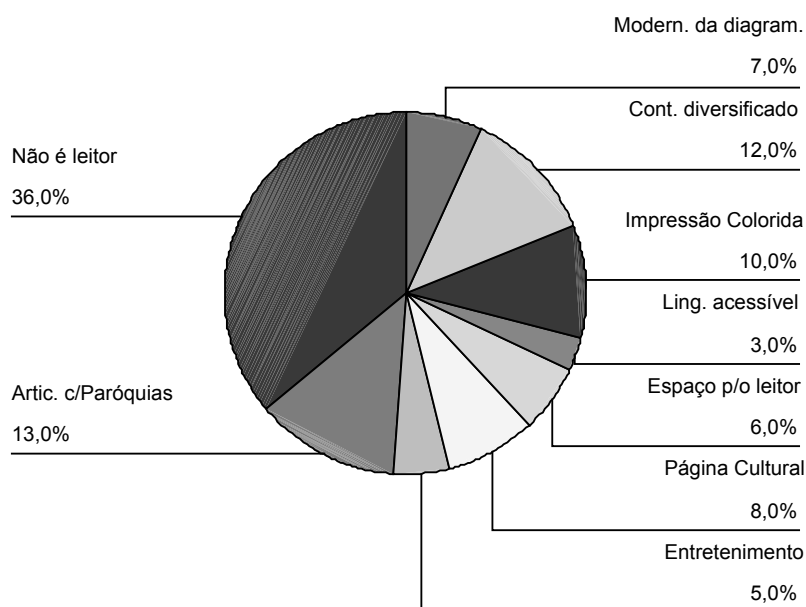
A dificuldade de leitura também foi considerada problema com por 3% dos entrevistados e esta é reflexo da impressão em preto e branco, do conteúdo que só traz assuntos pertinentes à igreja e a utilização de uma linguagem em termos teológicos que resultam na incompreensão de alguns leitores. Observou-se também a necessidade de interatividade onde o leitor também pudesse ter seu espaço, pois 6% dos entrevistados elencaram a falta de interatividade como problema.

Mais três problemas foram expostos. Inexistência de conteúdos com 8%, a falta de entretenimento com 5% e a ausência de notícias das paróquias com 13%. Quando questionado acerca da inexistência de conteúdos, observou-se que o leitor procura assuntos sobre o social, política, fazendo com que *O Semeador* tenha a característica de um real veículo de comunicação. Quanto à falta de entretenimento levou-se em consideração o fato do periódico apresentar apenas textos tornando sua leitura cansativa. A falta de notícias das paróquias também é um problema preocupante, uma vez que o jornal possui como foco principal a divulgação das notícias da igreja e da Arquidiocese.

Tabela 5 – Problemas identificados em O Semeador

	Frequência	Percentual	Percentual Acumulado
Diagramação	7	7,0	7,0
Conteúdo	12	12,0	19,0
Impressão	10	10,0	29,0
Difícil para leitura	3	3,0	32,0
Falta de Interatividade	6	6,0	38,0
Inexistência de Conteúdos	8	8,0	46,0
Falta de Entretenimento	5	5,0	51,0
Falta de Notícias das Paróquias	13	13,0	64,0
Não é leitor	36	36,0	100,0
Total	100	100,0	

Após averiguação dos problemas identificados no jornal *O Semeador* foi perguntado aos entrevistados se estes teriam sugestões para melhoramento do periódico e foram apontadas oito sugestões conforme descrito no gráfico.



Sugeriu-se que houvesse modernização da diagramação (7%) e esta apresentasse mais leveza para leitura. Com 12% recomendou-se que o conteúdo fosse diversificado com inclusão de assuntos como a política, o social, saúde, entre outros. 10% acreditam que se o jornal for impresso em colorido já dará uma roupagem melhor e beneficiará sua aparência. Também foi proposto que os textos fossem redigidos em uma linguagem mais acessível (3%), mais simplificada e de fácil compreensão. Indicou-se com 6% a criação de espaço para o leitor, onde o mesmo pudesse interagir e participar do jornal expondo sua opinião sobre determinado assunto publicado em edições anteriores.

Com 8% foi sugerida a elaboração de uma página cultural em que pudesse ser encontrada indicação de livros e filmes. Indicou-se ainda com 5% a criação de elementos de entretenimento, produzindo no jornal uma característica de descontração e leveza com a utilização de palavra cruzada, por exemplo.

Após análises dos dados coletados e sugestões dos entrevistados foi proposta nova diagramação para o Jornal *O Semeador* com a inclusão de espaço para o leitor, cultura, entretenimento, culinária, classificados, entre outros. No novo *layout* foi observada a necessidade de melhorias para beneficiar a leitura, sendo posto cores de fundo alternando conforme a mudança das matérias dando dinamicidade à leitura.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação é um aspecto fundamental nos diversos tipos de organizações, sendo a responsável pelo bom desenvolvimento de atividades, compreensão de metas e objetivos e entendimento entre os envolvidos no processo comunicativo.

Assim, não é diferente pensar a comunicação sob a ótica eclesial, onde todos os procedimentos, comportamentos e ações devem ser resultados de uma comunicação efi-

caz. No intuito de obter os resultados concretos na evangelização, a igreja começa a utilizar os diversos meios de comunicação, propagando a fé e atingindo maior número de fiéis seja por meio da mídia digital ou impressa.

Mesmo existindo diversas discussões acerca da continuidade em produzir o jornal impresso, observa-se que este exerce um papel importante no meio da comunicação; o jornal impresso foi e permanecerá sendo um veículo de comunicação de forte expressão e importância em virtude de ser um meio fundamental no processo de visibilidade social, cultural, econômica e política de toda e qualquer sociedade.

Vemos o quanto os meios de comunicação são importantes para a propagação da fé, em particular a fé católica. Em sua caminhada quase secular, *O Semeador* teve em certas épocas, seu brilho de província, e em todo esse tempo, uma firmeza de princípios que o levou a ser respeitado e em sua trajetória tornou-se proclamador da doutrina católica. Durante este tempo vários diários católicos surgiram no Brasil. *O Semeador* foi o primeiro, na ordem do tempo, diário católico brasileiro e foi um dos poucos que conseguiram viver até hoje.

Independente de facções políticas, superior a interesses imediatos, *O Semeador* foi em certas fases da tumultuada história alagoana, o único jornal, que podia falar com sinceridade e firmeza e, por isso, adquiriu fama oriunda do respeito ou medo, da parte de pessoas ou correntes comprometidas.

Em suas diversas idas e vindas, *O Semeador* é para a *Igreja Católica de Maceió*, um dos seus maiores instrumentos de propagação da fé. Resistindo às dificuldades do tempo, o periódico vem mantendo uma tradição que, em outros lugares, órgãos similares não lograram ter.

Destarte, pode-se enfatizar que o Jornal *O Semeador* é uma mídia impressa valiosa tanto para a história imprensa alagoana como para a história da comunicação da igreja católica em Maceió, o qual é o periódico mais antigo em circulação.

Espera-se que este periódico, seja em seu centenário um jornal mais atrativo, levando não somente o conhecimento da doutrina cristã católica, mas também, traga em seu conteúdo uma forma noticiosa que o faça ser um jornal aguardado diariamente, trazendo em seu teor o cotidiano da sociedade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Para entender Relações Públicas**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na Comunicação**: da informação ao receptor. São Paulo: Moderna, 2001.

CORREIA, Karla Marthinna Viana. **Análise de Conteúdo do Jornalismo Impresso Natalense**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte/Natal: 2007.

74 | CUNHA, Magali do Nascimento. **Contra todo silenciamento e esquecimento**: Memória de uma experiência de contrainformação religiosa. 1999. <Disponível em: <http://64.233.169.104/u/usp/online?q=cache:0boJ3bsHCmQJ:www.eca.usp.br/alaic/Congreso1999/14gt/MagaliNascimento.doc+historia+dos+protestantes&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=11&ie=UTF-8>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

GONÇALVES, Adeldo. **Igrejas Evangélicas e a Mídia no Brasil**. Observatório da Imprensa. 26/02/2008. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=474JDB008>>. Acesso em: 22 mar. 2011.

LAGE, Beatriz Gelas. **Comunicação de Massa e Turismo**. In: LAGE, Beatriz Gelas; MILONE, Paulo César (org.). **Turismo**: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação**: Conceitos, escolas e tendências. 7. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto: 2001. Disponível em: <<http://chile.usinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 2 maio 2012.

Recebido em: 25 de janeiro de 2013

Avaliado em: 15 de fevereiro de 2013

Aceito em: 3 de março de 2013

1. Graduado em Comunicação Social pela Faculdade Integrada Tiradentes (FITS) – Habilitação em Jornalismo.
2. Professor do curso de Comunicação Social da Fits, graduado em Comunicação Social (Habilitação Jornalismo), Especialista em Processos Midiáticos e Novas Formas de Sociabilidade pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL).