

## DAILY NEWS – ONE SIGNIFICANT LOCAL NEWSPAPER

Carmen NICOLESCU

Assoc. Prof. PhD., University of Pitești – FSESSP

*Abstract: Our post 1989<sup>th</sup> Revolution society has known one fervent journalistic life. The explanation? Certainly the thirst of freedom and the will of expression liberated from the constraints of censure very well known as suffocating the written media during comunism, as well as audio-visual media (radio, tv), even the interhuman communication.*

*Keywords: communication, journalism, newspaper, online media, local television.*

Presa locală argeșeană este oarecum reprezentată de către trustul de presă local *Cureierul zilei*, care a devenit un fel de marcă a județului, cap de afiș în preferințele consumatorului de media și informație la nivel local și regional, cu referințe și colaborări la nivel național (ziare.com, posturile România TV, Realitatea TV sau chiar trustul Intact). Ziarul a văzut lumina tiparului pe data de 15 septembrie 1994, devenind după doar un an, cel mai citit și reprezentativ cotidian argeșean. Conform sursei [www.traffic.ro](http://www.traffic.ro), unde s-a înregistrat la 09.04.2002, "Curierul zilei - Cel mai citit cotidian local independent al județului Argeș. Zilnic reportaje, stiri si noutati din sport, economie, politica, social, fapt divers, imobiliare. Un cotidian intotdeauna aproape de oameni."<sup>1</sup> ocupă în clasament: Locul 132 in [General](#) | Locul 85 in [Stiri/Massmedia](#) | Locul 26 in [Ziare Online](#), iar pe 15.05.2020 a atins un record de 17143 de vizitatori, cf. aceleași surse. "Ziarul Curierul Zilei este un cotidian independent, ce apare de luni până sâmbătă în județul Argeș. Se prezintă sub formă de tabloid, cu dimensiunile tiparului de 28,1 cm x 42.00 cm, având 12 pagini, din care 4 sunt policromatice. Tirajul ziarului Curierul Zilei este de 18.495 exemplare pe ediție."<sup>2</sup> Toate aceste detalii tehnice au fost prezentate aici pentru a sublinia importanța acestui cotidian local<sup>3</sup> în peisajul mass media argeșene, cu date statistice. Conform [siteindices.com](http://siteindices.com)<sup>4</sup> ("Curier.ro has Alexa global rank of 989,183. Curier.ro has an estimated worth of US\$ 17,337, based on its estimated Ads revenue. Curier.ro receives approximately 3,166 unique visitors each day. Its web server is located in Romania") website-ul publicației, [www.curier.ro](http://www.curier.ro), are un ranking global de 989,183 și o valoare de piață de 17337 USD, provenită din veniturile de reclamă Google Ads. Website-ul înregistrează un număr de 3166 de vizitatori unici, zilnic, fiind localizat în România. Toate aceste date ne sunt necesare pentru a realiza importanța publicației și pentru a înțelege evoluția acestui cotidian, "cel mai citit cotidian local din județul Argeș"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> <http://www.traffic.ro/statistici/www.curier.ro>, vizitat la 30.11.2021

<sup>2</sup> <https://www.ziare-online.com.ro/ziare/curierul-zilei/>, vizitat la 01.12.2021

<sup>3</sup> <https://curier.ro/>, vizitat la 01.12.2021

<sup>4</sup> <https://curier.ro.siteindices.com/>, vizitat la 01.12.2021

<sup>5</sup> <http://www.traffic.ro/statistici/www.curier.ro>, vizitat la 30.11.2021

Având în vedere situația mass media românești după Revoluția din Decembrie 1989, constatăm o evoluție semnificativă a publicației *Curierul zilei*, care, pe lângă ziarul tipărit și publicația online, a înființat și un post TV local, Curier TV<sup>6</sup>, cu transmisie on air, dar și online, asigurându-și astfel o poziție stabilă, durabilă și posibil profitabilă în piața informațională regională, fapt care îi conferă un statut de lider și o anvergură de publicație reprezentativă pentru județul Argeș.

Cotidianul *Curierul zilei* a fost fondat de către jurnalista Marilena Barață-Neguț, acum președinte al trustului de presă, împreună cu Constantin Neguț, senior editor, profesioniști care se bucură în continuare de respectul breslei, rezultat al muncii lor și al succesului privind longevitatea publicației: "În plus, Curierul Zilei s-a dovedit a fi o adevărată școală de presă, sute de redactori din presa locală învățând meserie aici. Pentru că au reușit să facă din Curierul Zilei cel mai puternic cotidian din presa locală și un nume de referință în domeniu, Jurnalul de Argeș îi declară pe fondatorii Marilena Barață (președintele Trustului de presă Curierul Zilei) și Constantin Neguț (senior editor)"<sup>7</sup>.

Pornind de la aceste considerații diacronice cu privire la apariția și evoluția acestei publicații postdecembriste, reprezentative pentru județul Argeș, vom trece în revistă particularitățile care, considerăm noi, au contribuit la menținerea ei pe podiumul premianților media locali. Astfel, ziarul de bucură de faima de a fi "cel mai citit cotidian local din Argeș"<sup>8</sup>, așa cum am arătat și mai sus, rezultat nu doar al unui slogan de brand, ci susținut de date statistice, și pentru stilul extrem de stufos, încărcat de informație de tot felul, de la știri politice, de interes local și național, până la mica publicitate și noutăți mondene, cancan și scandal, evenimente și accidente. Formatul este unul de tabloid, culorile și fonturile sunt încărcate, bolduite, evidențiate și vizibil diferite, cu o culoare roșie predominantă, astfel încât cititorul să fie incitat la explorarea noutăților și să dobândească o nevoie iminentă de informare.

Ceea ce am observat la această publicație, de-a lungul timpului, este că nu a făcut rabat la tot ceea ce ar fi putut atrage atenția, chiar din prima pagină: accidente, evenimente nefericite, situații cu impact emoțional evident, fotografiile expresive și așezări în pagină care stârnesc curiozitate și interes. Analizând din perspectiva stilistică textele jurnalistice observăm o economie a mijloacelor de expresie, folosirea cu acuratețe a unui limbaj jurnalistic adecvat situațiilor, cu evitarea unor exagerări și adaosuri de stil, însă cu iz de cronică istorică de cele mai multe ori ("Tradiția și folclorul românesc amintesc despre prezența Sfântului Apostol Andrei în părțile Dobrogei, unde apostolul și însoțitorii săi și-au găsit loc de odihnă într-o peșteră."<sup>9</sup>) sau cu imparțialitatea unui observator rece și detașat. Titlurile însă sunt destul de edificatoare, uneori eliptice de predicat și îndeamnă la descoperire: "Tot mai puțini pacienți COVID-19, în ATI", "1 Decembrie la Mioveni: Slujbe, coroane, spectacol și apinderea iluminatului festiv", "Festivalul de Teatru Studio InterFest 2021, de Ziua Națională a României!", "30

<sup>6</sup> <https://www.curiertv.ro/>, vizitat la 01.12.2021

<sup>7</sup> <https://jurnaluldearges.ro/marilena-barata-si-constantin-negut-18301/>, vizitat la 25.11.2021

<sup>8</sup> <https://curier.ro/>, vizitat la 30.11.2021

<sup>9</sup> <https://curier.ro/2021/11/26/sfantul-apostol-andrei-ocrotitorul-romaniei/>, vizitat la 30.11.2021

noiembrie, termenul limită de conectare a aparaterlor electronice fiscale<sup>10</sup>. Din când în când, semnul exclamării evidențiază importanța știrii, însă succesiunea lor pare așezată într-o ordine aparent haotică, densă și fără legătură, scopul fiind însă captarea unei audiențe cât mai diversificate și cât mai vaste. Cititorii publicației sunt de la persoane vârstnice până la tineri și oameni maturi, de la angajați cu studii până la șomerii sau cei care caută de lucru, cu preocupări diferite, iar acest fapt reiese din felul în care spectrul informațional acoperă un vast domeniu de interes al vieții cotidiene, inclusiv evenimente social-culturale, reclame și mica publicitate. Putem spune că "strategia de brand – fața strategiei de afaceri"<sup>11</sup> este pe deplin în concordanță cu mesajul: "Cel mai citit cotidian local" al publicației, aceasta fiind cea care îi definește ADN-ul și îi asigură locul în piața competițională.

"Brandurile sunt concepute pentru a facilita atingerea obiectivelor de afaceri stabilite în strategia de afaceri"<sup>12</sup>, iar în cazul publicației *Curierul zilei* brandul respectă întrutotul obiectivul afacerii: un *Curier al zilei* îți aduce pe masă informația zilnică necesară și indispensabilă, fără de care nu ai putea să spui că ești ancorat în realitatea mediului social în care trăiești.

"Rolul unui ziar este de a afla informația proaspătă despre chestiuni de interes public și de a o transmite cititorilor cât mai repede și cu cât mai multă acuratețe posibil, în mod cinstit și echilibrat"<sup>13</sup>, iar *Curierul zilei* se încadrează perfect în descriere, fapt care explică succesul publicației și longevitatea ei. Pasiunea pentru precizie, atitudinea și informarea prioritară sunt atuuri care asigură în continuare succesul ziarului. Prezența online îi conferă o mai mare vizibilitate și accesibilitate, iar social media este accesată și folosită cu același profesionalism, jurnaliștii fiind omniprezenți pentru publicul lor. Cu toate acestea, canalul de Youtube<sup>14</sup> lasă de dorit, publicația având doar 75 de abonați. Posibil să fie neglijat și pentru că marea masă a publicului său țintă nu este consumatorul preferat al acestui tip de social media. Știrile cele mai importante sunt distribuite consecvent și pe pagina de facebook *Curierul zilei – Argeș*<sup>15</sup>, iar fotografiile din succesiunea temporală sunt printscreen-uri ale ziarului, întărind astfel legătura cititorului cu publicația și fiind consecventă în comunicarea de brand.

Ca o concluzie a prezentei abordări și analize pentru cotidianul *Curierul zilei* putem remarca faptul că presa postdecembristă locală s-a dezvoltat în condiții economice nu tocmai favorabile, a rezistat și s-a adaptat la piața media, folosind toate mijloacele existente în condițiile date. Explicația constă în faptul că fondatorii au fost jurnaliști profesioniști, care au știut să mențină atenția publicului lor, și-au respectat obiectivele asumate și le-au integrat într-o comunicare de branding consecventă, chiar dacă mai există căi neexploatate suficient și care ar putea fi îmbunătățite. Acest fapt arată că mass media rămâne o forță în atenția publicului însetat de informație și că

<sup>10</sup> Idem, ibidem

<sup>11</sup> Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster Christine, *Noul branding. Cum să construiești capitalul unei mărci*, București, Ed. Polirom, 2011, p. 108

<sup>12</sup> Idem, ibidem.

<sup>13</sup> Randall, David, *Jurnalul universal*, București, Ed. Polirom, 1998, p. 37

<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/user/czilei/videos>, vizitat la 30.11.2021

<sup>15</sup> <https://www.facebook.com/www.curier.ro>, vizitată la 30.11.2021

succesul oricărei publicații este asigurat dacă se respectă principiile jurnalistice, de branding și comunicare profesionistă, folosindu-se toate canalele existente.

### **Bibliografie:**

- Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster Christine, *Noul branding. Cum să construiești capitalul unei mărci*, București, Ed. Polirom, 2011  
 Keeble, Richard, *Presa scrisă. O introducere critică*, București, Ed. Polirom, 2009  
 Marinescu, Valentina, *Mass media și schimbarea politică în România*, București, Ed. Tritonic, 2004  
 Parpală Afana, Emilia, *Introducere în stilistică*, Pitești, Ed. Paralela 45, 1998  
 Randall, David, *Jurnalismul universal*, București, Ed. Polirom, 1998  
 Roșca, Luminița, *Producția textului jurnalist*, București, Ed. Polirom, 2004  
 Sireteanu, Ana Maria, *Media și imagologia*, București, Ed. Tritonic, 2005

### **Videografie – sursa Youtube**

<https://www.youtube.com/user/czilei/videos>

### **Sitografie**

- <http://www.trafic.ro/statistici/www.curier.ro>, vizitat la 30.11.2021  
<https://www.ziare-online.com.ro/ziare/curierul-zilei/>, vizitat la 01.12.2021  
<https://curier.ro/>, vizitat la 01.12.2021  
<https://curier.ro/siteindices.com/>, vizitat la 01.12.2021  
<https://www.curiertv.ro/>, vizitat la 01.12.2021  
<https://jurnaluldearges.ro/marilena-barata-si-constantin-negut-18301/>, vizitat la 25.11.2021  
<https://curier.ro/2021/11/26/sfantul-apostol-andrei-ocrotitorul-romaniei/>, vizitat la 30.11.2021  
<https://www.facebook.com/www.curier.ro>, vizitată la 30.11.2021