



O jornal impresso em tempos de internet e redes sociais: o que pensam os leitores

Simone Antoniacci Tuzzo

Universidade Federal de Goiás – UFG

simonetuzzo@hotmail.com

Resumo

Esta pesquisa foi realizada com leitores de Jornal Impresso da Cidade de Goiânia, Goiás, no Centro Oeste Brasileiro. Trata-se, portanto, de uma visão, mas não de um estudo de caso, pois, mais do que isso, o artigo apresenta uma investigação qualitativa sobre o Papel do Jornal Impresso em tempos de Internet e Redes Sociais, onde a velocidade é cada vez mais marcante no processo de aquisição de informação e a identidade do jornalismo clássico é colocada cada vez mais à prova de uma sociedade onde os fatos, os acontecimentos e as notícias mudam com o desenvolvimento das novas mídias e com o comportamento dos consumidores. A pesquisa qualitativa permitiu uma investigação para além da busca inicial, ou seja, as respostas foram levando a uma reflexão científica dentro da perspectiva do sensorial, e os gêneros informativo, analítico, crítico, opinativo e reflexivo, clássicos na mídia impressa, tomaram outra dimensão, para além de sua existência e do papel que exercem prioritariamente. Os dados aqui apresentados terão continuidade em pesquisa similar que ocorrerá na Cidade do Rio de Janeiro e posteriormente em comparativo com cidades Europeias, a fim de serem estudadas as relações que os leitores possuem com o jornal impresso nos dias atuais.

Palavras-Chave: Pesquisa qualitativa; Jornal Impresso; Perspectiva Sensorial.

Abstract

This research was conducted with readers of Printed Newspapers of the City of Goiânia, Goiás, in the Midwest of Brazil. It is, therefore, a vision, but not as a case study because, more than that, the article presents a qualitative research on the role of the Official Printed Newspaper in the times of the Internet and Social Networking, where speed is ever more striking in the process of acquiring information and the identity of classic journalism is increasingly questioned by a society where the facts, events and news change with the development of new media and consumer



behavior. Qualitative research allowed an investigation beyond the initial search, and the answers kept us leading towards a scientific reflection within the sensory perspective and the informative, analytical, critical, reflective and opinionated genres, classics in printed media, that took another dimension, beyond their existence and the role they primarily play. The data presented here will continue in similar research taking place in the city of Rio de Janeiro and later in comparison with European cities in order to study the relationships readers have with the present day printed newspaper.

Keywords: Qualitative research; Printed Newspaper; Sensory perspective.

Resumen

Esta investigación, ha sido realizada con lectores de periódicos de Goiânia, ciudad localizada en la región central de Brasil. No es un estudio de caso, sino una visión, puesto que este artículo presenta una investigación cuantitativa sobre el papel del Periódico Impreso en tiempos Internet y de las Redes Sociales, en donde la velocidad es cada vez más marcante en el proceso de adquisición de información y la identidad del periodismo clásico es puesta a prueba en una sociedad, en donde los hechos, los acontecimientos y las noticias, cambian con el desarrollo de los nuevos medios y con el comportamiento de los consumidores. La investigación cualitativa ha permitido sondear, además de la búsqueda inicial, es decir, las respuestas han sido llevadas a una reflexión científica dentro de la perspectiva de la percepción y de los géneros informativo, analítico, crítico, opinativo y reflexivo, clásicos de los medios impresos, en donde han tomado otra dimensión, para además de su existencia y del papel que ejercen de forma prioritaria. Los datos aquí presentados tendrán continuidad en investigación similar que va a ocurrir en Rio de Janeiro, también en Brasil y posteriormente haciendo un estudio comparado con otras ciudades, de esta vez, Europeas, para que sean estudiadas las relaciones que los lectores poseen con el periódico impreso en los días actuales.

Palabras clave: La investigación cualitativa; Periodico; Perspectiva sensorial.



Introdução

Este trabalho faz parte de um projeto macro de pesquisa que envolve as Cidades de Goiânia e Rio de Janeiro dentro de um Estágio Pós-Doutoral na área de Comunicação e Pesquisas Qualitativas. O objetivo é entender o papel relevante da mídia na formação da opinião pública em tempos de internet e redes sociais. Neste novo cenário coloca-se em questionamento o gênero informativo do jornal impresso, não em um sentido de diminuição de sua importância, mas sim de transformação de um veículo em uma sociedade cujo problema não é ter informação; pelo contrário, nunca o volume de informação foi tão exacerbado, mas sim o problema da interpretação.

Na fluidez da sociedade moderna, ou seja, “nesse mundo de temporalidade fluida, o estável e o durável são postos em crise”. Por isso mesmo, uma nova forma de se pensar jornalismo é real, assim como é real a crise evidente das formas tradicionais de jornalismo diante da circulação de informações através da internet em tempo real e fluxo contínuo, narrada por Sodré (2009, p. 23).

Apresentamos uma pesquisa realizada em 2012 com o Jornal Diário da Manhã, da Cidade de Goiânia, no Centro-Oeste Brasileiro, sobre a ênfase do Jornal impresso a partir das novas mídias e das Redes Sociais. O jornal se posicionou, desde então, favorável ao gênero opinativo, criando o Caderno Opinião Pública no mesmo ano, com artigos produzidos pela sociedade, divulgando que o objetivo era que a sociedade pudesse expressar as suas ideias e opiniões, ampliando o espaço opinativo do Jornal.

A ideia é de que a produção de um jornal não termina quando ele é impresso. A mensagem não se finda na produção, ou seja, no emissor, mas sim no receptor. Segundo Berlo (1999), uma fonte de comunicação codifica a mensagem; no caso do Jornal Impresso, esta fonte é a escrita. A leitura é decodificadora da mensagem e tanto para a codificação quanto para a decodificação o pensamento ou raciocínio são fundamentais.

Ao criar um caderno onde os leitores podem se expressar, esse processo de ouvir o leitor se torna algo ampliado, onde ele pode questionar o que foi publicado e também criar o seu próprio olhar, recorte e construção da realidade a partir dos fatos cotidianos. Na nova Galáxia de Bill Gates em que hoje vivemos, o jornal impresso também se apresenta como uma mídia interligada com as mídias eletrônicas, seja pela colocação de seu conteúdo na internet, seja pelo que



apresenta na construção dos discursos recriados nessa plataforma. Este trabalho apresenta a visão dos leitores de jornal impresso e deixa claro o quanto os sentidos são importantes na construção do imaginário. O jornal é mais que conteúdo, é emoção e sentimento.

1. Os leitores falam

A pesquisa realizada entre novembro e dezembro de 2012 caracteriza-se como qualitativa, formulada para um entendimento exploratório do perfil do leitor do Jornal Diário da Manhã, no Centro-Oeste Brasileiro. A amostra, classificada como aleatória simples, foi composta por 76 entrevistados, com faixa etária entre 15 a 69 anos, divididos em 3 grupos: Grupo 1 – Jovens até 25 anos (35%); Grupo 2 – Adultos de 26 a 55 anos (49%) e Grupo 3 – Idosos, acima de 56 anos (16%). 59% são do sexo masculino e 41% do sexo feminino, sendo 39% casados, 57% solteiros, 1% divorciado e 3% viúvos.

Sobre a escolaridade, 5% concluíram o primeiro grau, 59% concluíram o segundo grau e 36% concluíram o terceiro grau em variadas áreas do conhecimento. Metade dos entrevistados possuem renda familiar de até 3 salários mínimos, 41% entre 4 e 10 salários mínimos e 9% mais de 10 salários mínimos. O instrumento de coleta utilizado foi um questionário de entrevistas semi-estruturado com 11 questões abertas. O método subjetivo (qualitativa) é indicado em casos onde se pretende obter um resultado mensurável, com interpretações, reflexões e explicações.

2. Interpretando as entrevistas

Para compreensão das respostas dos questionários, o universo da pesquisa foi analisado em três blocos, dividido por faixa etária. Na primeira pergunta os entrevistados foram questionados se o Jornalismo ainda é uma fonte de informação.

Os jovens acreditam que os mais velhos se informam pelo impresso, mas eles preferem a internet. Contudo, esses mesmos jovens afirmam que o impresso é confiável, verdadeiro e que está sempre à disposição em locais públicos, sendo uma fonte de informação e de pesquisa. Para os adultos, o Jornal impresso além de ser fonte de informação traz também conteúdos para se pensar o mundo e a sociedade.

A segunda pergunta questionava se com as notícias sendo cobertas pela mídia



eletrônica (rádio, TV), em especial a Internet, qual o papel do jornal impresso? Não houve diferença entre os pensamentos dos grupos e majoritariamente os respondentes se reportaram à credibilidade, tradicionalismo, veracidade de fatos e imparcialidade. Os entrevistados vêem o Jornal Impresso como oficial e as demais mídias, em especial a Internet, como algo não confiável.

Também existem respostas poéticas, já no tom que as entrevistas se configurariam mais tarde como o Jornal Impresso tendo um papel de sensações no imaginário coletivo, como descrito por Sodré (2006), no livro "As estratégias sensíveis". "Acredito que a função do jornal impresso é do tradicionalismo. O jornal impresso seria como o do pai, sempre terá controle sobre as gerações futuras. Então o jornal é o pai do suporte de informações, veio antes do rádio, TV e internet. Então o papel dele é ter tradição, é ser secular" (Entrevista 11).

A terceira pergunta era sobre a ênfase do Jornal Impresso no factual, questionando se o Impresso migrará do factual para o opinativo, analítico, crítico e reflexivo? Não houve diferença entre as faixas etárias e as opiniões são bastante divididas e, de certa forma, bastante calorosas entre os que afirmam que sim ou que defendem que não, como vemos abaixo:

"Sim. É possível, já que, comumente, quem escolhe o impresso como fonte de informação gosta de ler, pensar sobre o assunto, e ver se concorda com a opinião dos jornalistas ou colunistas" (Entrevista 33).

"Não. A diversidade de notícias e fatos é mais interessante e atrai mais que reflexões e opiniões de jornalistas ou do público. O fato de comprarmos o jornal faz com que acabamos sendo dono da matéria, pois temos o acesso que nos foi dado após a compra. Enquanto as opiniões e críticas além de não possuírem muitas vezes nosso aval de pensamento, não se tornam nossas. O Jornalista escreve para mim, mas o colunista escreve para ele, para se auto promover" (Entrevista 2).

Na pergunta número 4, os respondentes tinham que refletir se a comunicação na era das redes sociais muda o jornal impresso. A grande maioria (89%) dos entrevistados do primeiro e segundo bloco de faixa etária afirmaram que sim: "Muda sim. A internet muda a sua volta, pois deixa a informação popularizada. O jornal precisou se adaptar ao meio virtual. (Entrevista 7). Contudo, 100% da faixa etária classificada como bloco três, afirmou que não.

A pergunta 5 questionava o por quê dos entrevistados continuarem comprando jornal impresso se podem ter todas as notícias pela Internet? Majoritariamente as



respostas versaram sobre a tradição, o hábito e o gosto, com 32% respondendo que era mais por costume, pois o jornal impresso é melhor de ler. Também com respostas poéticas como:

“É uma tradição, eu vir comprar o jornal logo cedo ao mesmo tempo em que compro meu café da manhã” (Entrevista 19), incluindo justificativas físicas, como “A luz do computador prejudica a minha visão”. “Não gosto das cadeiras de computador e fico mais à vontade em minha poltrona para ler o jornal”. (Entrevista 24).

Além disso, uma ênfase no conteúdo, com respostas como: “O jornal geralmente é mais bem formatado e possui notícias mais relevantes que a internet, a internet é fútil, só mostra celebridades e polêmicas” (Entrevista 38).

A pergunta número 6 indagava sobre as matérias que despertam mais interesse nos leitores. As respostas foram diversas, com ênfase para: pesquisas científicas; legislação; economia; política; esportes; charges; cultura e diversão. Outros preferem culinária, gastronomia, dicas de restaurantes ou viagens. Somente duas pessoas afirmaram buscar matérias policiais.

A pergunta 7 buscava saber se os leitores do impresso possuem a “cultura do papel” e por isso uma resistência a utilizarem a Internet. Dos entrevistados, 72% afirmaram que não, e que buscam a internet como fonte de informação em substituição ou em complemento ao Jornal Impresso.

A pergunta 8 indagava se há uma ruptura com a linguagem do impresso no jornal on line ou o on line acaba sendo um depósito mais ágil das mesmas matérias e com a mesma linguagem do impresso? Muitos não souberam responder (36%), e grande parte apresentou respostas rápidas, vendo a internet como uma linguagem instantânea, superficial, ágil, coloquial e informal, afirmando que na Internet o Jornal Impresso é resumido.

A pergunta 9 era similar à pergunta 3, e também buscava saber se o impresso daria mais importância às matérias opinativas, analíticas, críticas e reflexivas. Aqui, o que mais chama atenção na análise dos dados é ver que, apesar dos jornais impressos já darem ênfase às opiniões e reflexões, a maioria dos leitores não vê dessa forma, e entendem o jornalismo impresso somente como informativo.

A questão 10 era se a leitura de jornais, livros e revistas é mais prazerosa no formato impresso do que a partir da tela de um equipamento eletrônico. Para 86% a leitura



no papel é melhor, mais prazerosa e mais confortável, além de ser possível maior concentração no texto. Como na pergunta 5, os respondentes apresentaram justificativas físicas, como o desconforto pela luz do computador e a cadeira não cômoda, para enfatizar a predileção pela leitura no formato de papel. Nessa questão a ênfase ficou por conta dos sentimentos, como no exemplo abaixo:

“Sim, a tela de um computador, pode cansar mais as vistas, devido à incidência alta e direta de luz, sem contar o provável incômodo de segurar algum equipamento nas mãos, pelo peso e pelo aquecimento. Um jornal impresso é leve, tem toque frio, e não há nada comparado ao som de virar as páginas” (Entrevista 15).

Na pergunta 11, os entrevistados deveriam responder se gostariam que o impresso desse maior destaque aos fatos locais, tendo em vista que a TV e a Internet possuem maior foco nas notícias nacionais. As opiniões foram divididas. Há os que querem encontrar no Impresso as notícias locais, mas sobretudo pensam que deve haver um equilíbrio. Tanto na TV como no Jornal Impresso deve haver notícias locais, nacionais e internacionais, na mesma proporção, priorizando aquilo que for mais importante.

A seguir serão apresentadas as reflexões baseadas nas respostas dos leitores de jornal impresso. Vale destacar que a pesquisa qualitativa aqui exposta servirá como ponto de partida para novas reflexões acerca do papel da mídia impressa na sociedade que versa pelo caminho das mídias eletrônicas.

3. Considerações... mas sem conclusões!

Este item apresenta as reflexões que a pesquisa de campo traz, não exatamente uma conclusão, até porque o trabalho não está finalizado. Esses dados são preciosos para a continuidade da pesquisa e o seu rumo, que curiosamente parte para um campo de investigação pela percepção e pelo sensorial.

Autores como BARDIN (2010), mostram que a pesquisa de campo é fundamental para que venha à tona o que o olhar superficial não apresentou. O investigador é determinante no processo para compreender o que está além das palavras.

Analisando a pesquisa, identifica-se que alguns leitores preferem o jornal impresso, mas também buscam se informar pela mídia eletrônica, em especial a Internet; outros buscam a maioria das informações pela internet e às vezes compram um jornal impresso; e há aqueles que lêem somente o jornal impresso por não confiar



no conteúdo apresentado pela Internet; encontramos também os colecionadores de jornal, aqueles que guardam o jornal como registro de memória, e assim vamos identificando que o mesmo ato de ler jornal pode não ter o mesmo significado e forma para todos.

Importante destacar a diferença do grau de concentração encontrado na leitura em papel em comparação com a leitura a partir de um equipamento eletrônico, como já previsto por Walter Benjamin que afirmava que seria impossível se concentrar no século 20 (BENJAMIN, 1985).

Contudo, o que mais chama a atenção nos dados da pesquisa é a questão das sensações que o jornal impresso causa nos seus leitores, algo que transcende a racionalidade e invade o campo das paixões, dos sentimentos, do apego a algo que traduz a própria existência social. Os leitores que preferem o impresso gostam do cheiro da tinta, do som de virar as páginas e da textura do papel. Além disso, a calma que traz uma leitura do formato do jornal, sendo também um prazer para a visão. Além disso, não são poucos os que citam o prazer associado a um café, por exemplo. Isso é muito interessante, pois a leitura do jornal passou a aguçar os cinco sentidos, ou seja, a princípio já aguçava a visão, o tato, a audição e o olfato, mas como o paladar não estava presente, o café completa o processo.

O jornal impresso transcende a sua própria função, como já descrito por McLuhan, que afirmava que o que importa no meio não é a mensagem, mas a forma (McLuhan, 1967). Sobre isso, Sodré (2006) corrobora, afirmando que o que importa nos meios não é o conteúdo, mas as formas como eles se apresentam. A mensagem é a forma, o que importa não é tanto o que nos diz, mas como nos diz algo. É algo da lógica do sensível, diferente da lógica argumentativa da cultura clássica. Sodré interpreta a forma macluhiana como a profecia da era do sensível. Kerckhove, em seu livro *A Pele da Cultura*, afirma que nossa relação com as máquinas é uma relação sensorial (KERCKHOVE, 1997). Para além dos estudos de McLuhan sobre os meios como extensões do homem, Kerckhove afirma que os meios são extensões do psicológico.

Por fim, refletir sobre as notícias ou o processo crítico, reflexivo, analítico tanto no Jornal Impresso como no formato eletrônico faz referência direta ao pensamento de BERTOL (2011), McLuhan estava mais certo que a maioria de nós. O meio é de fato a mensagem e precisamos saber desenvolver o conteúdo de acordo com o meio. Quem não está conseguindo realizar isso está fracassando.



Ainda que seja um caminho sem volta a relação do jornalismo com as novas mídias, também é real que as mídias clássicas possuem o poder de transformação frente a uma sociedade dinâmica, que de forma dicotômica guarda a poesia, o romantismo e a tradição de alongar o período de existência daquilo que sempre foi para a referência humana. O jornal impresso vem escrevendo a história da humanidade pelas mãos dos novos historiadores chamados de jornalistas e essa essência permanecerá, ainda que novas mídias sejam integradas no processo, para alguns leitores, a tinta no papel é a comprovação de que a veracidade ainda consegue ser registrada.

Referências

- Bardin, L. (2010). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Benjamim, Benjamim, W. (1985). *Obras Escolhidas, v. I, Magia e técnica, arte e política*, trad. S.P. Rouanet, São Paulo: Brasiliense.
- Berlo, David K. (1999). *O processo da Comunicação: introdução à teoria e à prática*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bertol, Rachel. (2011). *O Profeta da Comunicação*. Valor Econômico. 25/03/2011. Rio de Janeiro. In:
https://docs.google.com/document/d/1OAMlzUzQ3qBROPbeOugUA4CpQh6gS0e7Kmt-1ZuFCY/edit?hl=pt_BR&pli=1
- Kerckhove, Derrick de. (1997). *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- McLUHAN, Mashall. (1967). *The medium is the message*. Nova Iorque: Rondon House.
- Sodré, Muniz. (2006). *As estratégias sensíveis: Afeto, mídia e política*. Petrópolis/RJ: Vozes.
- _____. (2009). *A narração do fato: Notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis/RJ: Vozes.