

## Os caminhos do Jornal Impresso na Era Digital pela perspectiva dos jornalistas e dos leitores <sup>1</sup>

Thayze Pinheiro BARRETO <sup>2</sup>

Letícia Morgado DELEU <sup>3</sup>

Flayanne Ferreira CAMPOS <sup>4</sup>

Simone Antoniaci TUZZO <sup>5</sup>

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### RESUMO

Esta pesquisa apresenta um trabalho de assessoria de comunicação realizado com o Jornal Diário da Manhã, especificamente sobre uma questão-problema que envolve a preocupação deste veículo de comunicação impressa com os avanços das novas mídias e a postura a ser adotada pelo veículo a fim de adequar o seu produto aos anseios e perspectivas dos leitores e jornalistas. A pesquisa empírica foi realizada em Goiânia – Capital de Goiás por alunos do Curso de Relações Públicas matriculados na Disciplina de Opinião Pública. Saber o que pensam os leitores e produtores do Jornal pode trazer reflexões importantes na área da comunicação, pois sujeitos envolvidos com essa mídia se apresentam, muitas vezes, como fãs de um formato que transcende o seu conteúdo e se apresenta como um companheiro da rotina. Acima de tudo o Impresso se define como uma mídia camaleônica e pronta para os novos desafios.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornal impresso; jornal digital; Assessoria de Comunicação; pesquisa.

### 1 INTRODUÇÃO

Para compreender os novos caminhos para o jornal impresso nesse cenário social das novas tecnologias da informação, foi realizado um trabalho de assessoria de comunicação para o jornal Diário da Manhã em Goiânia. A primeira ação, descrita neste artigo, é a realização de uma pesquisa empírica com os jornalistas do veículo e os leitores, num processo de diagnóstico que dê sustentação à realização de novas ações para o Jornal, tendo em vista que o impacto causado pelas mídias digitais afetou diretamente os veículos de comunicação,

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria III - Relações Públicas, modalidade RP 04 – Projeto de Assessoria de Comunicação Empresarial (avulso).

<sup>2</sup> Aluna líder do Grupo e Estudante do 5º período do curso de Relações Públicas. thayze\_pb@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 5º período do curso de Relações Públicas. leticiamdeleu@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 5º período do curso de Relações Públicas. flay\_anne@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientadora do Trabalho. Professora do curso de Relações Públicas. simonetuzzo@hotmail.com

que passam por um processo migratório com relação ao papel que desempenham na sociedade.

Podemos dizer que alguns veículos passam por um processo de falência em sua função e, caso não se adaptem às novas exigências e necessidades, poderão desaparecer. Assim, a necessidade de um reconhecimento do cenário e um reposicionamento de suas atividades é necessário e urgente, contudo, nem todos os veículos sabem qual o melhor caminho a seguir nesse processo.

Pioneiro a dispor de seu conteúdo total e gratuito em seu portal na internet, o Jornal Diário da Manhã, oriundo do semanário Cinco de Maio, foi fundado em 1980 pelo casal Batista Custódio e Consuelo Nasser. Decretado falência em 3 de outubro de 1984, Custódio o reabriu dois anos depois, em 10 de outubro de 1986 fazendo-o crescer vertiginosamente. Com sua ascensão, o DM passou também a apresentar o jornal online na internet. Deste modo, o mesmo conteúdo impresso é disponibilizado gratuitamente na versão eletrônica, mas ainda num processo de depósito de conteúdo, sem nenhuma adaptação de formato ou linguagem.

Assim, foi realizado um trabalho de pesquisa para apontar os novos rumos.

## **2 OBJETIVO**

Diagnosticar o grau de consciência dos jornalistas do Jornal Diário da Manhã quanto à necessidade de trabalhar formas e conteúdos para o formato on line do jornal, tendo em vista que a redação do jornal é formada por jornalistas que sempre desenvolveram seu trabalho para o jornal impresso.

Conhecer o perfil dos leitores do jornal Diário da Manhã a fim de compreender as necessidades e anseios desse público com relação à preferência pela leitura impressa ou eletrônica do Jornal.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Com a ascensão das mídias digitais, o grande número de informação, que sempre transpassou a capacidade do ser humano de absorvê-las, vem se difundindo cada vez mais. Antes o que era propagado pelas mídias eletrônicas, como rádio e TV, agora é responsabilidade também da internet.

As transformações que o capitalismo, a internet e, por consequência, a tecnologia trouxeram foram tão impactantes que, não recentemente, diversos estudiosos da área da

comunicação viram-se obrigados a reconsiderar as análises quanto à duração e modelo do jornal impresso na atualidade.

No dia 1 de Setembro de 2010, o Jornal do Brasil do Rio de Janeiro, após 119 anos de circulação impressa, passou completamente para o meio digital, com decisão pioneira no país. Depois de dada a declaração oficial, o New York Times deu a nota de que futuramente, passaria a deixar de imprimir o jornal, o que é de se pensar por ter um alto nível de influência.

Nesse contexto de ascensão da internet e dos meios digitais, vários jornais vem tentando se adaptar. O Jornal *O Popular*, de Goiânia – GO, (<http://www.opopular.com.br/>), possui sua página online, no entanto, precisa de um login pago para acessar a notícia por completo. O *Tribuna do Planalto*, de Brasília – DF, (<http://tribunadoplanalto.com.br/>) se encontra no intermediário em que dá suas notícias e reportagens no site, no entanto não aderiu ao formato de jornal como o *O Diário da Manhã*, de Goiânia – GO, (nosso objeto de estudo), que possui um jornal online, conhecido como DM digital (<http://dmdigital.com.br/novo/#!/mini>) no mesmo formato de jornal impresso, que passa as páginas e que dá as orientações ao leitor na primeira página. Assim como o site, que também informa de modo gratuito (<http://www.dm.com.br/#>).

O jornal impresso surge na exigência de um modelo mais permanente de fonte de informação, que se torna mais presente no Brasil a partir dos anos 50, com conteúdos que assumiam um caráter mais político. As transformações mais importantes, que interferiram na linguagem do jornalismo e até mesmo na sua forma de diagramação surgem a partir dos anos 80, com a informatização do conteúdo; e nos anos 90, com a chegada da internet e das novas mídias.

A partir das novas tecnologias da comunicação é fácil entender que o jornalismo ganhou mais espaço, que a informação ficou mais acessível, e que os veículos de comunicação já não detém, unicamente, a distribuição de informação. Mas o importante é entender como essas afirmações afetam o jornalismo impresso, neste caso, com uma análise aplicada aos leitores e jornalistas do Jornal Diário da Manhã.

O surgimento de outras mídias nunca transformou tanto os parâmetros do jornalismo impresso como a internet e as redes sociais. Este processo, que tem acontecido de forma dinâmica e rápida, tem preocupado aqueles que estavam seguros há algum tempo atrás, com uma mídia que até então estava consolidada, com rígidos padrões de existência.

A marca dos jornais continua forte, mas disputa espaço na rede com os buscadores, que levam o público à informação desejada, independentemente de quem a publica (ALVES,

2011). As redes sociais são uma prova deste novo modelo de se obter a informação desejada em um curto intervalo de tempo e, muitas vezes, simultaneamente.

A realidade mostra que os jornais devem se reestruturar, priorizando suas notícias de acordo com a vontade de seu público. Porém, é válido lembrar que o público ainda dá maior credibilidade ao jornal impresso, por acreditar que este veículo possui maior responsabilidade quanto à veracidade de suas informações, que devem ser mais aprofundadas, o que leva o leitor a uma compreensão mais completa daquilo que se lê.

Por efeito de uma rápida transformação social e cultural, somos sobrecarregados de inúmeros informes que modificam e garantem uma nova estratégia de comunicação entre indivíduos e organizações.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para diagnosticar a relação do jornal impresso com leitores foram realizadas 43 entrevistas semi-estruturadas, com base em um questionário aberto composto por 8 perguntas que serviram de guia para a pesquisa com pessoas escolhidas aleatoriamente que se declararam leitoras de jornal.

Com os jornalistas do DM foram realizadas oito entrevistas, gravadas e transcritas, na sede da redação do jornal. O roteiro de entrevista foi feito a partir de um questionário, composto por 14 perguntas abertas que serviram de guia para a busca dos dados necessários para a compreensão do objetivo.

Para os dois grupos, os respondentes tinham que informar o nome completo, idade, ano de formação e titulação e todas as perguntas estavam relacionadas à busca da compreensão do papel do jornal impresso em tempos de internet e redes sociais.

#### **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A descrição está dividida em dois tópicos, referentes à análise com os jornalistas e com os leitores.

##### **5.1. Parte um: entrevistas com jornalistas**

Entender a visão dos jornalistas é fundamental, tendo em vista que o direcionamento não pode partir do começo, se os profissionais não estiverem preparados para o processo de mudança.

Na primeira pergunta questionou-se sobre até que ponto o jornalismo impresso é fonte de informação. O recorte dessa questão se baseia, principalmente, no fato de que o impresso é mais detalhado e aprofundado. As notícias no DM online, em sua maioria, são mais sucintas e tidas como nota e no impresso são reportagens mais longas, e quando a matéria tem muita audiência em um dos meios ela é disponibilizada no outro. A resposta da Jornalista Cecília representa um consenso entre os profissionais: “Eu acho que normalmente ele é uma grande fonte de informação, porém uma informação mais detalhada, não uma informação mais rápida como a gente vê na TV” (Cecília Preda, 22 anos).

A segunda pergunta trazia o questionamento: Com as notícias sendo cobertas pela mídia eletrônica (rádio, TV), em especial a Internet, qual o papel do jornal impresso? Um pouco mais alternadas, as respostas dos jornalistas foram de que o impresso é responsável por dar a notícia mais completa; é substituir a ausência da internet à pessoas que não se conectam com muita frequência; pautar televisão e rádio e por fim, discutir assuntos mais analíticos e investigativos. No entanto, mesmo com algum ponto a mais ou a menos, em sua maioria, todos concordam que o papel do jornal impresso é informar de maneira mais intensa.

Na pergunta três, os jornalistas tinham que refletir sobre o postura do jornal impresso diante das redes sociais. Podemos notar nas respostas que as pessoas mais velhas, como o Jornalista Ulysses, ainda tem certa resistência com redes sociais. Ele prefere acreditar que talvez, a nova postura será não do jornal e sim da sociedade, pois ainda não há uma normatização das mídias, por isso, elas acabam sendo fontes de notícias, boatos e fofocas (Ulysses Aesses, 49 anos). Já os demais participantes, um pouco mais jovens, acreditam que desencadeará sim uma nova postura no DM, e que isso é um processo inevitável.

O quarto questionamento era se o jornal impresso migrará do factual para o opinativo, analítico, crítico e reflexivo. O jornalista Raul Sena, 19 anos, acredita que não, já que do jeito que está tem dado certo, mas a maioria deles disse que sim, argumentando que o opinativo atrai mais a atenção do leitor, dando uma repercussão maior a notícia. O factual, a notícia deverá ficar com as mídias eletrônicas e o jornal impresso assumirá um caráter de interpretação dos fatos a fim de colocar na sociedade formas de compreensão da sociedade.

A pergunta cinco buscava entender o posicionamento dos jornalistas em relação às novas mídias, questionando “Qual a postura dos jornalistas diante das novas tecnologias da comunicação e informação?” É fato que as redes sociais estão crescendo como propagadoras de informação. Os jornalistas afirmam que em sua profissão, eles são praticamente obrigados a se adaptar a essas novas tecnologias. Profissionais mais velhos ou estagiários, ainda

possuem certa resistência, no entanto, todos têm consciência de que é preciso adquirir novas habilidades.

Na sexta questão buscou-se entender se a comunicação na era das redes sociais muda o jornal impresso e o motivo dessa mudança. A maioria diz que: “Sim, com certeza. Porque a repercussão e a interatividade das matérias acabam sendo maiores, pois com as redes sociais a gente tem acesso ao que os leitores pensam sobre as nossas matérias.”

Nas questões sete e dez, foi perguntado o que motiva, na opinião dos jornalistas, os leitores a comprarem o jornal impresso se tudo pode ser obtido pela internet e se existe uma “cultura do papel” e por isso a resistência em utilizar a internet. A maioria dos jornalistas concorda que os leitores que possuem resistência à internet, possuem a “cultura do papel”, que mantém o hábito de folhear, sentir o papel na mão, tomar café da manhã lendo o jornal. Além disso, eles se mantêm fiéis ao impresso por ter mais credibilidade, por ser uma fonte segura e com fonte confiável. Os jornalistas enfatizam que na sociedade nem todos possuem acesso à internet com frequência, ou alguns que já possuem, ainda não tem domínio digital.

As perguntas oito e nove buscavam traçar um perfil dos leitores do impresso e o que eles buscam como informação, quais são seus interesses. De acordo com os jornalistas entrevistados, há uma grande controvérsia. Enquanto alguns afirmam que os perfis são de pessoas mais velhas, que buscam notícias sérias, sem fofocas e boatos, outros falam de executivos e administradores, que buscam colunas já formatadas, como política e/ou esporte. Ainda há os que falam que não tem um perfil certo, e acaba sendo um hábito hereditário, que passa de pai para filho essa cultura da leitura diária do jornal.

A questão onze buscava definir os tipos de jornalistas que trabalham com o impresso e com o jornal on line e a questão doze buscava compreender 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. Seguindo o nexo das perguntas, as de número 11 e 12 se voltam para o perfil do jornalista do impresso e do online e qual a linguagem que se deve usar nestes dois meios. Desse modo, alguns dos questionados, afirmam que o jornalista deve estar preparado para todo e qualquer tipo de gênero, seja impresso ou online, mas que sua linguagem deve mudar. No impresso, a escrita é um pouco mais formal, textos maiores e completos e com mais foco científico. Já no online, a linguagem deve ser um pouco mais informal, com pequenas notícias, já que o leitor procura informação mais rápida e que lhe custe menos tempo. Por outro lado, há outros que julgam que

“jornalistas novatos trabalham no online e jornalistas de casa, mais antigos, melhores para escrever trabalham no impresso” como afirmou o Jornalista Sena.

A pergunta treze buscou traçar uma possível mudança do jornal impresso como veículo de informação que prioriza as notícias locais diante de uma realidade social com foco em fatos nacionais e internacionais; e a questão 14 buscava a opinião dos jornalistas em relação aos novos formatos do jornal impresso, levando a reflexão com a seguinte pergunta: “Você acredita que o jornal impresso dará mais importância para as notícias ou para a opinião, análise, crítica e reflexão sobre elas?”.

Nessas duas questões os jornalistas afirmam que o Diário da Manhã é um informativo que pode noticiar acontecimentos ou fatos de outros estados ou até mesmo países, porém, em sua maioria, haverá uma prioridade para a cidade de Goiânia e o Estado de Goiás. A prioridade sempre será a notícia, e o foco maior em opinar, analisar, criticar e refletir sobre o assunto ainda é um processo em construção que para os jornalistas dependerá mais dos leitores, de suas necessidades do que de uma postura do jornal.

## **5.2 Parte dois: A pesquisa com os leitores**

Através dos resultados obtidos, foi possível classificar o leitor em três categorias: a primeira categoria envolve leitores que preferem o jornal impresso, mas buscam se informar pelo meio online; a segunda categoria envolve leitores que buscam a maioria das informações pela internet e, às vezes, compram um jornal impresso ou leem em locais públicos e a terceira categoria somente lê o jornal impresso por não acreditar na credibilidade do que é publicado na Internet.

A questão central da entrevista buscava saber até que ponto o jornal impresso era fonte de informação. Foram obtidas as mais diversas respostas. Para algumas, o Jornal impresso representa uma parcela importante nas notícias e entretenimento gerados diariamente. Ele também possui um público fiel e pode se aproximar de um maior número de pessoas que as redes sociais, principalmente focado em profissionais como taxistas, salões de beleza, consultórios médicos e demais pessoas que não possuem acesso à internet

Os respondentes também fizeram referência à profundidade das informações. Para eles, diferentemente da internet, o Jornal impresso também pode explorar suas matérias, fazendo com que elas tenham um cunho analítico.

Quando questionados sobre a prioridade em notícias locais, a maioria afirma que as mídias eletrônicas priorizam o nacional e o internacional, mas que as notícias do bairro, das

celebridades da cidade, são sempre trazidas pelo jornal impresso, pois não há espaço no eletrônico para isso.

Em um outro ponto da entrevista, os leitores deveriam informar porque continuam comprando Jornal impresso se podem ter todas as informações fornecidas pela internet. Metade das respostas indicava que não compram mais e conseguem filtrar informações na internet com a velocidade que precisam e buscando apenas informações que lhes concernem interesse. Isto para aqueles que preferem o computador ao impresso. Percebemos que o público jovem lê normalmente notícias na internet e pelo DM on-line. Por outro lado, há os que afirmam que é mais “prazeroso” ler o Jornal impresso a ficar olhando para a tela de um computador. Este aspecto físico ainda não perdeu a forma e de acordo com a análise não perderá, pois possuem leitores convictos de que a preferência é pelo palpar das folhas. Há ainda os que compram quando precisam olhar vagas de emprego, outros porque desejam influenciar a leitura em casa, tendo como embasamento o fato de que a internet oferece mais distrações do que cultura.

Com relação à leitura impressa, ou de forma eletrônica, os pensamentos variam desde os problemas que acarretam para a visão até a cultura em que o indivíduo foi envolvido. Neste caso existem as divergências de que virtualmente se pode alterar a cor de fundo, o brilho, a intensidade e o tamanho da fonte, enquanto no impresso essas características não existem e os leitores devem se adequar à leitura proposta pelos que produziram o material. Por outro lado, impressos são mais cômodos para uma leitura longa e prazerosa, devido ao fato das tecnologias não proporcionarem uma posição confortável. E o impresso pode ser arquivado.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Ao analisar a pesquisa de campo, podemos perceber que existem categorias diferentes de leitores. Alguns leem jornais impressos, mas também utilizam outras mídias, como a internet, para obter informações; outros leem por que encontram um impresso no canto da mesa em casa ou no trabalho; outros já não leem de jeito nenhum na internet, por cansaço físico ou por confiar pouco ou não confiar na sua fonte. A relação com o jornal muda a partir da cultura, da educação.

Como Walter Benjamin previu, seria impossível se concentrar no século 20 (BENJAMIN, 1985), e ele tinha razão. Com tantos meios eletrônicos como iPad e Tablet, o mundo virtual se integra na vida das pessoas em qualquer lugar, e as notícias devem ser



rápidas e chamativas, pois além do número de informação e entretenimento ser grande e instantâneo, apesar da tecnologia que proporcionam, são aparelhos que cansam a vista, diferentemente do papel. E essa é um discurso notável a alguns leitores adeptos ao impresso.

Além disso, parte desse discurso e de alta relevância, é a sensação que se tem com o jornal impresso. Poder sentir, tocar, cheirar, folhear, caracteriza muito o leitor fiel, algo que transcende a racionalidade, invadindo o campo da paixão, dos sentimentos, traduzindo a própria existência social.

Derrick de Kerckhove, em seu livro *A Pele da Cultura*, afirma que a relação do ser humano com as máquinas consiste em uma relação sensorial (KERCKHOVE, 1997). Indo além dos estudos que McLuhan faz sobre os meios como extensões do homem, Kerckhove assegura-se que os meios são extensões do psicológico.

Dentro desse contexto de comunicação e informação, L. Ron Hubbard disse que:

A comunicação é a troca de ideias através do espaço. O impacto do Homem no mundo tem sido diretamente proporcional ao seu desenvolvimento de meios de comunicação. A comunicação no seu sentido mais geral, inclui todas as formas como uma pessoa ou coisa se torna consciente de, ou se torna consciente para, outra pessoa ou coisa. (HUBBARD, L. Ron. 2001)

Com a realização deste trabalho podemos perceber que o impresso ainda é preferido por uma grande parcela de público. As adaptações deverão ser feitas, pois a sociedade se divide, migra da mídia impressa para a mídia eletrônica, principalmente em se tratando das novas gerações que já encontram o mundo em plena efervescência dos equipamentos eletrônicos.

Para essa adaptação, o jornalista precisa se preocupar com a produção de matérias de outros gêneros jornalísticos que não só o informativo, mas a análise da sociedade é ponto determinante em uma era onde a abundância de dados se tornou um grande problema de interpretação.

Nunca tivemos tanta informação, mas estamos sendo incapazes de fazer uma leitura crítica do mundo. Essa função deverá ser assumida pelos produtores dos veículos, como os jornalistas que passarão a fazer um papel crítico e opinativo para o público que terá a função de escolher os formadores de opinião existentes em cada veículo de comunicação para formarem o seu próprio senso crítico.

Nesse processo, os jornalistas tem sido novos historiadores responsáveis por escreverem novas informações. Por conseguinte, historiadores e escritores, os jornalistas

sempre terão sua essência de se adaptar ao seu público e a tecnologia da vez. O jornal deverá se adaptar ao analítico, crítico e reflexivo, mas não deixará o impresso para se dedicar exclusivamente ao eletrônico.

A pesquisa realizada com o Jornal Diário da Manhã reafirma a necessidade de existência de um trabalho de assessoria de comunicação para o veículo, tendo em vista os novos caminhos ainda a serem percorridos. A primeira ação aqui descrita, de diagnóstico é fundamental para uma readequação de trabalhos na Redação, criando, inclusive a necessidade de divisão formal dos trabalhos em grupos de jornalistas que priorizarão o formato impresso e o formato eletrônico, pois os dois produtos midiáticos deverão ser tratados de forma distinta e não mais o eletrônico ser uma reprodução fiel do impresso.

Cada mídia possui as suas características e a linguagem aplicada a cada uma delas deve ser adequada à este formato.

O Jornal Diário da Manhã dá um novo passo em direção ao futuro que já chegou cheio de transformações e questionamentos que as organizações ainda estão buscando compreender.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Cileide. In: Maia, Juarez Ferraz de (ORG). **Gêneros e formatos em jornalismo**. Goiânia. Ed, PUC, 2011.

BENJAMIN, Walter. **Obras Escolhidas**, v. I, Magia e técnica, arte e política, trad. S.P. Rouanet, São Paulo: Brasiliense, 1985.

HERSCOVITZ, Heloísa G. **A internet e o futuro dos jornalistas**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação v.26, n.1, p.11-24, jan/jun. 2003.

HUBBARD, L. Ron. **Fundamentos das Relações Públicas**. Store Kongensgade 53, 1264 Copenhaga K, Dinamarca, 2001.

KERCKHOVE, Derrick de. **A Pele da Cultura**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

MARQUES DE MELO, Jose. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo Brasileiro**. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

McLUHAN, Mashall. **The medium is the message**. Nova Iorque: Rondon House, 1967.