

# O IMPRESSO NA ERA DIGITAL PELA PERSPECTIVA DOS PORTUGUESES

**SIMONE ANTONIACI TUZZO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS – UFG

CENTRO DE INVESTIGAÇÃO MEDIA E JORNALISMO – CIMJ – UNL

## **Resumo**

Esta pesquisa foi realizada com leitores, jornalistas e editores de Jornal Impresso de Lisboa, Portugal. Trata-se de uma visão, mas não de um estudo de caso, pois, mais do que isso, o artigo insere-se numa reflexão sobre *O Papel do Jornal Impresso em Tempos de Internet e Redes Sociais*, e aqui são apresentados os dados da terceira fase da investigação que teve início no Brasil. Na primeira e na segunda fase, o determinante foi o sensorial, ou seja, a relação que os leitores possuem com o jornal referindo-se à lógica do sensível, trabalhada por Sodr  (2006), Mc Luhan (1967), Kerckhove (1997), Perniola (1993) e Tuzzo (2013). Nesta terceira fase de uma pesquisa qualitativa, os leitores portugueses que l em jornal impresso em caf s e locais p blicos destacam a fun o social desta m dia. A partir de entrevistas em profundidade, os jornalistas e editores de jornal afirmam que o impresso tende a encontrar o seu caminho neste novo cen rio e camaleonicamente se transformar para se ajustar aos novos panoramas sociais.

## **Palavras-chave**

Jornal Impresso; Investiga o Qualitativa; Fun o Social; Sensorial; Jornalistas; Leitores; Editores; Portugal ; Brasil.

## **Introdu o**

Esta pesquisa foi realizada com leitores, editores e jornalistas de Jornal Impresso de Lisboa. Trata-se de uma vis o, mas n o de um estudo de caso, pois, mais do que isso, o trabalho apresenta uma investiga o qualitativa que integra um projeto denominado *O Papel do Jornal Impresso em Tempos de Internet e Redes Sociais*, onde a velocidade   cada vez mais marcante no processo de aquisi o de informa o e a

identidade do jornalismo clássico firmado na informação 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.

Os dados aqui apresentados constituem o terceiro momento dessa investigação que teve início no primeiro semestre de 2013, com a visão dos leitores (Tuzzo, 2013); e o segundo momento, no segundo semestre de 2013, com o olhar dos editores e jornalistas da Cidade de Goiânia, Goiás, no Centro-Oeste Brasileiro (Tuzzo, 2014)<sup>1</sup>. Nas duas primeiras fases os dados mostraram que o Jornal Impresso não é somente conteúdo, mas é emoção e sentimento. Neste terceiro momento, em pesquisa qualitativa realizada no primeiro semestre de 2014, são analisados os dados coletados em Portugal.

O objetivo é entender o papel relevante da mídia na formação da opinião pública e na construção da cidadania. 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. Isso se mostrou real em pesquisa no Brasil, quando o que mais chamou a atenção nos dados foi 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. Autores como McLuhan (1967); Kerckhove (1997); Sodré (2006); Perniola (1993) e Tuzzo (2013) trabalham com a ideia que o jornal impresso transcende a sua própria função, 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. Tuzzo afirma ainda que no Brasil:

*Os leitores que preferem o impresso gostam do cheiro da tinta, do som de virar as páginas, da textura do papel e da calma que traz a 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. Isso é muito interessante, pois a leitura do jornal passou a aguçar os cinco sentidos, ou seja, a princípio já estimulava a visão, o tato, a audição e o olfato, mas como o paladar não estava presente, o café completa o processo para os leitores brasileiros.* (Tuzzo, 2013: 255)

1 Tuzzo, S. A. O impresso na perspectiva dos jornalistas em tempos de internet e redes sociais. Apresentado no 3º Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa. Universidade de Extremadura – Espanha. 14 a 16 de julho de 2014. Disponível em: <http://ciaiq.org/>.

Neste novo cenário coloca-se em reflexão o gênero informativo do jornal impresso, não em um sentido de redução de sua importância, mas 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 e como os editores e jornalistas acompanham essa evolução e transformação do processo. Para muitas pessoas, não é novidade saber que todas as informações estão na Internet, contudo, como selecioná-las, como buscá-las, ainda não é algo dominado pelos usuários.

Dessa forma os gêneros opinativo, reflexivo, crítico e analítico do Jornalismo são pensados na perspectiva de Melo (2003), para quem os gêneros são ressignificados a partir das novas tecnologias de informação e comunicação.

Para a coleta dos dados foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, com perguntas abertas que permitiram uma investigação qualitativa.

## **Metodologia – A escolha do universo e sua representação**

As pesquisas realizadas entre abril e junho de 2014 caracterizam-se como qualitativa, formuladas para um entendimento exploratório do perfil dos leitores, jornalistas e editores de jornais impressos da Cidade de Lisboa - Portugal<sup>2</sup>. Foram realizadas duas pesquisas, uma com leitores e outra com jornalistas e editores que atuam ou já atuaram em jornal impresso. Isso porque um jornalista pode estar hoje no jornal impresso tendo antes trabalhado em veículos eletrônicos ou o contrário, estar hoje no eletrônico, mas já ter atuado no impresso, pois a atividade de jornalismo é dinâmica e muitos jornalistas trocam de veículo com bastante frequência, contudo, conhecem a rotina de trabalho do Jornal Impresso e é esse o ponto determinante para participar da pesquisa.

A investigação com os leitores foi feita em cafés e locais públicos, com pessoas que estavam a ler jornal no momento da investigação. Com os jornalistas e editores de jornal a pesquisa foi realizada nos locais de trabalho.

A amostra das pesquisas está classificada como aleatória simples com método qualitativo. Entre os leitores foram selecionados 20 entrevistados, sendo 9 do sexo masculino e 11 do sexo feminino. A faixa etária variou entre 21 a 77 anos, sendo que o maior número de entrevistados está na faixa entre os 50 anos. Sobre o estado

---

<sup>2</sup> Com exceção do Gazeta das Caldas que fica localizado em Caldas da Rainha – Distrito de Leiria – Portugal.

civil, 9 entrevistados são solteiros, 10 casados e um viúvo. Sobre a escolaridade, da amostra total, dois concluíram o primeiro grau, 6 concluíram o segundo grau, cinco possuem ensino superior e um está cursando o Mestrado.

Para a pesquisa com os jornalistas e editores de jornal que atuam ou já atuaram em jornal impresso foram realizadas 10 entrevistas semi-estruturadas com questões abertas que serviram de guia para a coleta de dados com os editores e jornalistas dos seguintes veículos de comunicação: O Crime<sup>3</sup>, Jornal Sol, Record, Revista Focus, Correio da Manhã, Gazeta das Caldas, TVI, Jornal de Negócios, Público.

O método subjetivo (qualitativo) é indicado em casos onde se pretende obter um resultado mensurável, com interpretações, reflexões e explicações. Para Triviños (1987: 146) a entrevista semi-estruturada tem como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa, que neste caso trata-se da pergunta central: Qual o papel do jornal impresso em tempos de internet e redes sociais. Os questionamentos dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador. A entrevista semi-estruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987: 152).

A pesquisa está também fundamentada por um caráter social, “quando visa melhorar a compreensão de ordem, de grupos, de instituições sociais e éticas” (LAKATOS; MARCONI, 1986: 20); qualitativa, onde, “a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica de um grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social” (GOLDENBERG, 2009: 14) e pesquisa de campo, utilizada para conseguir informações e/ou conhecimento “acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre elas” (LAKATOS; MARCONI, 1986: 64).

Sobre o universo de entrevistados, o trabalho se fundamenta em Lakatos e Marconi, (1986), quando afirmam que em alguns casos, considerações de diversas ordens impedem a escolha de uma amostra probabilística, ficando a cargo do pesquisador a tentativa de buscar uma amostra representativa. Uma das formas é

3 O Crime não está em circulação desde o dia 05 de fevereiro de 2014. Segundo dados publicados no jornal Público a suspensão se deve a problemas financeiros. Para saber mais, ver matéria disponível em: <<http://www.publico.pt/portugal/noticia/publicacao-de-o-crime-suspensa-para-reestruturacao-do-jornal-1624429>>

a procura de um subgrupo que seja típico, em relação à população como um todo. Esta foi a forma adotada nesta investigação.

## **O que o pensam os Leitores**

A entrevista com os leitores teve como base o questionário abaixo que foi utilizado como roteiro. As perguntas não delimitaram a investigação, pelo contrário, serviram de guia para que a entrevista seguisse uma lógica e uma conversa. Os dados são analisados a seguir.

### **Até que ponto para você o jornal impresso ainda é fonte de informação?**

1. Nesta era digital e de redes sociais, porque continua a ler um jornal impresso? A palavra tem mais força impressa?
2. A comunicação na era das redes sociais mudou o jornal impresso?
3. Qual o papel do jornal impresso agora que coexiste com as mídias eletrônicas, como a internet e as redes sociais? O impresso mudou?
4. A internet tem aquela benesse de ser instantânea, está sempre em constante atualização, o que, hoje em dia, os jornais já não têm tanto. Você acredita que o jornal impresso deve continuar a optar mais pela via noticiosa ou, pelo contrário, deve focar-se num carácter mais reflexivo, crítico, opinativo, analítico?
5. Você compra os jornais pelas notícias, ou pelos artigos mais aprofundados acerca dos temas que lhe despertam interesse?
6. Achas que a leitura de jornais, livros e revistas, é mais prazerosa no formato impresso do que a partir da tela de um computador ou outro equipamento eletrônico?
7. E a questão de manusear o papel? Achas que os leitores do jornal impresso possuem a cultura do papel?
8. Neste tempo em que a mídia eletrônica se foca mais nas notícias nacionais

e internacionais, achas que o jornal impresso deve dar um maior enfoque às notícias locais?

Da pesquisa de campo efetuada com os leitores de jornal impresso, diária ou semanalmente, podemos extrair vários pontos de reflexão para o estudo aprofundado do atual estado do jornal impresso numa era em que as redes sociais e os jornais on-line se expandiram exponencialmente, colocando em causa a continuação, pelo menos nestes moldes, da forma tradicional e histórica do jornal.

Aqui vale uma reflexão sobre a questão do gênero informativo. Num primeiro momento poderíamos pensar se o gênero informativo, base do jornal impresso estaria sendo substituído em partes pelos gêneros analítico, crítico, reflexivo e opinativo, tendo em vista que a instantaneidade da publicação dos dados transferiria para os veículos eletrônicos a função informativa.

É interessante analisar que a maioria dos entrevistados afirma que lêem jornal impresso por ainda estes se apresentarem como fonte credível e fidedigna de informação, para além da questão tradicional ou cultural que referem. Em resposta à pergunta, porque continua a ler o jornal impresso, um entrevistado, à semelhança de muitos outros (a maioria) responde que é uma questão de tradição. “É um pouco inexplicável, mas tem a ver com o sentir, com a credibilidade que damos ao objeto físico” (Entrevistado 1).

Desta forma, partimos para um ponto que deve ser analisado, a questão sensorial, da necessidade de um objeto físico para folhear. Não necessariamente justificam-se pela permanência em uma “cultura do papel”, mas pelo prazer de ter o papel à mão. Muitos foram os entrevistados que usaram a justificativa do cheiro, do tacto, do som de virar as páginas, do conforto da leitura no papel impresso e do “ler o jornal enquanto bebe um café” como principal fator para a compra diária do jornal. Para, além disto, é de observar que também a possibilidade de arquivar, de guardar para no futuro recordar dá um entusiasmo da compra do impresso, pois, afirmam que na internet é tudo muito mais volátil, momentâneo, fugaz e menos rigoroso. Os leitores afirmam que o lêem neste momento pode ser diferente no momento seguinte e isso é inquietante.

Para os leitores, o jornal impresso detém sobre si o cunho de credibilidade isto porque “as redes sociais não afirmam propriamente: opinam, remetem para outro tipo de comunicação” (Entrevistado 2). Contudo, não se assiste a um desprezo total da internet e do uso das redes sociais. A internet e estes novos meios tecnológicos assumem um carácter de complemento de informação, não só devido ao seu

imediatismo, como afirmou um entrevistado: “as redes sociais servem o momento, o jornal serve a notícia” (Entrevista 7) e constante renovação de conteúdos, mas também à facilidade de busca de conteúdos específicos. O jornal impresso, neste sentido, continua a deter grande credibilidade pela força e espaço que dá aos artigos de crítica, análise ou opinião independentes, majoritariamente lidos pelos entrevistados, por forma a aprofundar os seus conhecimentos e a promover a reflexão sobre determinados assuntos.

A maioria dos entrevistados afirmou ler o jornal pelas notícias, mas também pelos artigos que cada jornal oferece porque cada jornal possui o seu articulista. Dizem, inclusive, que preferem um jornal em detrimento de outro exatamente porque buscam determinados artigos, escritos pelos colunistas de suas preferências. Sobre isso, quando perguntados se o jornal impresso deve se ater mais às informações ou às críticas, reflexões, opiniões e análises, a maioria não soube distinguir, porque afirmou encontrar tudo isso no jornal, a informação, que é para eles a base de fidelidade ao veículo, mas também os artigos de opinião presentes nos jornais. A questão dos gêneros não é necessariamente muito clara para os leitores.

“O prazer da leitura perde-se no ecrã de um computador ou tablet” (Entrevista 8) afirma um dos entrevistados para justificar a sua constante leitura de jornais impressos. Esse ponto é tudo quase como uma unanimidade entre os entrevistados que também citam a praticidade de carregar o jornal para onde desejam, sem a necessidade de carregar um equipamento eletrônico ou de se prender à leitura em casa ou escritório.

Em todas as entrevistas aqui analisadas, salvo raras exceções, podemos observar que não há uma resistência à leitura pela internet, mas apenas a leitura ‘física’ continua a ter primazia, a deter o prazer literário. Não é com a evolução tecnológica que isto se irá alterar, segundo os entrevistados: o prazer da leitura permanece no papel e a internet complementa através de seu imediatismo e facilidade de acesso. Ainda assim, faz-se a ressalva, numa das entrevistas, que hoje há muitas aldeias do interior aonde esta forma de leitura não chegou – pelo menos com tanto impacto -, permanecendo a leitura dos jornais impressos “no *café lá da terra*” (Entrevista 7), onde se pode ler gratuitamente as notícias, invocando também as notícias locais que, dizem, não deve ser o jornal impresso de informação generalizada a transmitir, a não ser que em pequena quantidade: “para isso existem, e acho bem que existam, o jornal da região”. Aqui já uma referência à leitura dos jornais nas cafeterias, um hábito antigo dos portugueses preservado até hoje nas grandes ou pequenas cidades.

O que se verifica na pesquisa com os leitores é o prazer sensorial, a capacidade de coleção e as notícias “de fundo” que vão fazer com que o jornal impresso permaneça, não nos mesmos moldes, mas apelando ao pensamento e à crítica pessoal visto que a internet, maioritariamente, apenas reproduz notícias menos aprofundadas, de mais fácil leitura e de informação pura e simples.

Analisando mais detalhadamente algumas respostas podemos verificar que questionados se o jornal impresso, diante das novas tecnologias de informação e comunicação ainda era para eles uma fonte de informação, a grande maioria respondeu que sim, que lê o jornal para se informar. Alguns dizem que sequer assistem TV ou ouvem rádio, mas que todas as manhãs compram o jornal para ler as notícias de Portugal e do mundo. Apenas dois entrevistados afirmaram que com a internet e impresso perde um pouco a sua instantaneidade e que muitas informações que constam no jornal eles já sabem por outras fontes como a TV e a Internet antes de ler o jornal pela manhã, mas que nem por isso deixam de ler.

A segunda pergunta fazia referência às redes sociais e à Internet como fonte de informação, questionado porque continua a ler jornal impresso se pode ter todas as notícias na internet, muitos responderam que pela tradição, com a credibilidade, com o sentir o prazer da leitura e o hábito diário de anos, que não se perde porque é muito prazeroso.

“É algo um pouco irracional, mas é um ato muito simples do qual não abdicoo no meu dia-a-dia”. (Entrevistado 1)

“Não consigo tomar café da manhã sem ter um jornal às mãos... é mesmo um hábito”. (Entrevistado 3)

“O jornal continua a ser um veículo de informação mais formal, mais cuidado, mais próxima do cidadão”. (Entrevistado 5)

“No jornal impresso, a notícia tem tempo de amadurecer, evitando assim possíveis desmentidos originados pelo imediatismo da globalização”. (Entrevistado 8)

“O jornal impresso chega às pessoas mais idosas e oferece outro tipo de conteúdos que não existe noutros sítios. Além disso, nem todas as pessoas possuem Internet, eu mesmo não tenho internet na minha casa”. (Entrevistado 11)

“O impresso continua a ter um papel muito importante. Todo trabalho do jornalista, toda pesquisa fica registrada e de alguma forma poderemos no futuro comparar com outras situações. Com a rádio e a TV o que acontece é que muitas vezes é agora e já não é daqui a cinco minutos, mas poderá voltar a ser mais tarde. Esse trabalho também é muito importante, mas não substitui de forma alguma o jornal escrito que é eterno, permanente, um documento”. (Entrevistado 15)

Na pergunta central do trabalho, ou seja, qual o papel do jornal impresso agora que coexiste com as mídias eletrônicas, como a internet e as redes sociais? O impresso mudou? As respostas dizem que sim, mas que isso não prejudica o jornal impresso, apenas o reposiciona diante de um novo cenário. Textualmente os entrevistados afirmam que:

“Eu penso que esse é o ponto que dá mais valor ao jornal impresso, pois as análises são mais elaboradas sobre os acontecimentos no impresso e na internet parece que é tudo mais pela fama. No jornal impresso parece que as coisas são mais pensadas, mais elaboradas”. (Entrevistado 6)

“É possível que tenha mudado. Na internet é tudo mais imediato, porque as notícias estão sempre a ser atualizadas. Mas isso não substitui o jornal impresso. Deixou de haver um pouco aquela expectativa de estar à espera da saída do jornal, como antes havia os matutinos e os vespertinos, que iam atualizando as notícias, mas não substitui”. (Entrevistado 2)

“Para mim o impresso está mais focado em crônicas e análises e ele mudou muito depois da Internet porque na era das redes sociais as notícias são instantâneas e todas as pessoas têm acesso sem custos. Se você tem internet a informação vem de graça e o jornal a gente tem que comprar”. (Entrevista 14).

“A mim parece que sim, penso que esse vai ser o ponto de resgate do jornal impresso e as pessoas vão começar a pagar pelas opiniões de especialistas e não pelos fatos porque a esses é difícil fugir, estão na TV, rádio no carro, internet etc.” (Entrevistado 20)

Os leitores também foram convidados a opinar sobre a postura do jornal impresso na produção das notícias locais, tendo em vista que diante das novas tecnologias cobrindo as notícias nacionais e internacionais, se o caminho do impresso não seria dar mais ênfase às notícias locais. Sobre isso as opiniões foram muito divididas. Alguns afirmam que não, que não lhes parece importante para um jornal focar

somente o local, para isso eles acreditam que existam os jornais locais e regionais. Textualmente afirmam que:

“O jornal impresso tem acima de tudo a função de informar. Tratando-se de uma edição generalista deverá abordar em primeiro lugar as notícias nacionais com o devido destaque que as elas merecem. Para as notícias locais temos os jornais regionais que têm uma importância crucial na divulgação das notícias da região”. (Entrevistado 2)

“Em minha opinião, não. Vivemos numa era global e as pessoas gostam de saber o que se passa a um nível mais amplo”. (Entrevistado 11)

“Acho que isso deve ser o papel de um jornal da região. Um jornal nacional nunca consegue fazer isso, ninguém vai querer comprar”. (Entrevistado 19)

Há os que acham que talvez, em alguns casos, como os respondentes abaixo:

“Acho que é bom haver destaque tanto nas notícias nacionais, quanto internacionais. A não ser em zonas rurais em que as pessoas dão mais importância às notícias locais”. (Entrevistado 6)

“Talvez. Mas para factos muito localizados, existem os jornais locais que têm um papel importantíssimo”. (Entrevistado 14)

“Lá está, é um misto. Não se podem transformar os jornais em jornais locais, porque isso seria muito redutor. Acho também que o jornal impresso só tinha a ganhar se fosse mais específico daquela região, daquela área, que informasse mais as pessoas dos problemas das suas áreas porque isso ajudaria as pessoas a identificarem-se”. (Entrevistado 3)

E há leitores que defendem que sim, que esse seria o caminho do jornal impresso:

“Penso que os factos locais poderiam ser mais enfatizados de modo a haver alguma curiosidade em saber o que se passa no resto do país que não seja tão mediatizado”. (Entrevistado 8)

“Claro que sim, em todos os locais há sempre uma notícia”. (Entrevistado 9)

“Sim, porque as grandes agências lançam aquelas notícias que interessam e que estão na crista da onda, mas o que acontece aqui perto de nós é também importante”. (Entrevistado 1)

“Acho que o jornal impresso podia dar uma atenção maior à região, coisas que muitas vezes acontece aqui ao lado e passam muitas vezes despercebidas e quando aparece é num jornal estrangeiro”. (Entrevistado 4)

“Sim, penso que devia focar mais as notícias locais bem como notícias mais relevantes. Temos muitas vezes curiosidades mais interessantes do que o que vemos a nível internacional”. (Entrevistado 17)

“Este destaque poderia ter sucesso, pois, desta forma, as pessoas comprariam as fontes de informação impressas com outro propósito, como saber o que se passa onde moram e não só o que se passa a nível nacional”. (Entrevistado 18)

Questionados se a leitura de jornais, livros e revistas, é mais prazerosa no formato impresso do que a partir da tela de um computador ou outro equipamento eletrônico, a grande maioria dos entrevistados respondeu que sim.

“Sou suspeita, pois o papel para mim continua a ter um valor, cheiro e estímulo diferente. Há uma relação francamente afetiva, não só porque sou bibliotecária, mas talvez seja uma coisa educacional, um sentimento de respeito pelos escritores, uma necessidade de sentir uma relação direta entre leitor e escritor, redator, jornalista etc” (Entrevistado 6).

“Quem gosta do papel, gosta para toda a vida. O prazer está em folhear o papel. Para estes a Internet não tem o mesmo valor e não lhes dá o mesmo prazer”. (Entrevistado 7)

“Dá-me mais prazer o papel porque me enquadro na “cultura do papel” e se compro um material impresso é porque tenho prazer em adquiri-lo. Para mim já fico feliz desde a compra, nem sei o que está lá dentro, mas comprar o jornal é muito significativo. Acho que porque sou mais velho”. (Entrevistado 12)

“Acho que todas as sensações que consigo retirar do momento em que leio jornais ou revistas são muito mais prazerosas do que o desgaste da visão que o computador ou o telefone celular ou o tablet proporcionam”. (Entrevistado 5)

“Para mim a leitura de jornais, livros e revistas é mais prazerosa no formato impresso porque gosto de sentir o papel e poder levá-lo comigo para todo o lado, além de poder sublinhar o que estou a ler”. (Entrevistado 10)

Além de todas essas afirmações, a função social foi o item de mais expressão

durante as entrevistas. A grande maioria dos leitores (18) foi entrevistada em cafeterias espalhadas por toda cidade. O Português tem o hábito de tomar o café da manhã nas cafeterias, independentemente de sua classe social. As cafeterias são locais de encontro, de ver os amigos, de conversar, de relacionamento social. Os jornais disponibilizados pelas cafeterias servem de pauta para a conversa diária. Falar de esporte e política a partir das notícias de jornal é algo presente no cotidiano desses leitores. Por isso a leitura normalmente não é feita em casa, mas no coletivo, na roda de café.

### **3 – O que pensam os Jornalistas e Editores**

Para saber o que pensam os jornalistas e editores portugueses sobre o papel do jornal impresso em tempos de internet e redes sociais, foram feitas dez entrevistas. O que mais chamou a atenção foi o respeito ao leitor. Os jornalistas classificam o leitor que lê jornal como alguém politizado e inteligente, sobretudo aquele que compra o jornal, afirmando que se o leitor optou por investir em uma compra é porque acredita naquele produto, por isso parte-se do princípio que o leitor, em detrimento de tantas fontes de informação, optou pela compra daquela informação em especial.

Os jornalistas não vêem o jornal local como uma alternativa para dinamização do jornal impresso, pelo contrário, acreditam que o impresso deve continuar a trabalhar com o Nacional e o Internacional, independentemente dessas notícias estarem também nas mídias eletrônicas.

Sobre os jornais on-line serem um repositório dos conteúdos existentes nos jornais impressos afirmam que de fato alguns jornais apesar de estarem na internet, continuam com o padrão do jornal impresso, na sua estética e na sua linguagem, mas vêem isso como algo em transformação, que depende também dos interesses dos veículos e da demanda dos próprios leitores.

Uma das questões mais impactantes na entrevista com os jornalistas é a visão de profundidade que o impresso tem, em detrimento da visão de superficialidade do on-line. Os dois formatos são absolutamente respeitados, mas cada um com a sua função. Para eles, o on-line muitas vezes está mais similar ao rádio, que anuncia, mas não explica, como o impresso que pode ter análises e críticas.

Abaixo o questionário utilizado como roteiro de entrevista e a análise das respostas.

1. Até que ponto achas que o jornalismo impresso ainda é fonte de informação?
2. Porque achas que o leitor continua a comprar jornal impresso, quando podes ter todas as notícias pela internet? A palavra tem mais força impressa?
3. Qual é a postura dos jornalistas em relação às novas tecnologias de comunicação e informação?
4. Qual o papel do Jornal Impresso diante das redes sociais e das novas tecnologias electrónicas?
5. Para quem o Jornalista escreve, para ele mesmo, para outros jornalistas, para o veículo ou para o leitor?
6. A comunicação na era das redes sociais muda o jornalismo impresso? Por quê?
7. A internet tem aquela benesse de ser instantânea, está sempre em constante atualização, diferentemente do impresso. Diante dessa realidade, achas que o jornal impresso deve continuar a optar mais pela via noticiosa ou, pelo contrário, deve focar-se num carácter mais reflexivo, crítico, opinativo, analítico?
8. Que tipo de jornalista trabalha no impresso? O que há de estruturalmente diferente entre os jornalistas que trabalham com o jornal impresso e o jornal on-line?
9. Há uma ruptura com a linguagem do impresso no jornal on-line?
10. O jornal impresso pode se caracterizar como um veículo de comunicação que prioriza notícias locais diante de uma realidade social com foco nacionais e internacionais? Como é que, nesta perspectiva regional/nacional, deve operar o jornal impresso?
11. Boa parte dos jornais on-line funciona apenas como depositórios do conteúdo dos impressos, copy-pastes tanto do assunto como da própria linguagem. Acha que em Portugal isso também se verifica?

Questionado se o jornal impresso ainda é fonte de informação, alguns jornalistas acreditam que sim, que sempre será, mas alguns jornalistas questionam esse gênero no jornal impresso. Para Eugênio Queiroz, jornalista do *Jornal Record*,

“o Impresso continua a ser a grande fonte de informação, pois é nos jornais impressos que estão os melhores jornalistas e, conseqüentemente, os mais experientes. As televisões continuam a ter nos jornais a sua grande fonte de notícias e o mesmo acontece em relação às redes sociais. A atualidade é marcada claramente pelas notícias do papel embora haja uma ilusão de que não”.

Já para Frederico Duarte Carvalho, que possui um currículo de trabalho em vários impressos e hoje possui um blog de notícias,

“Já não é. Antes de ler algo no jornal impresso, eu já ouvi a notícia no rádio, já vi na televisão e provavelmente já a li na internet. Para que é que vou comprar o papel? A notícia é a mesma!”.

Mas há também o jornalista que pensa que depende do público e jornalistas que defendem a credibilidade. João Pedro Pereira, jornalista do *Público*,

“Para determinadas camadas da população é relevante, principalmente para quem não tem internet, mas para outras pessoas, já não é mais”.

Neusa Padrão, do jornal *Correio da Manhã* afirma que:

“As pessoas ainda são desconfiadas, até podem ser alertadas pelo on-line, mas o papel continua a ser o mais credível”.

Questionados, então sobre o porquê dos leitores continuarem a comprar jornais impressos se podem ter as informações pela internet, as opiniões se firmam, sobretudo na credibilidade, tradição, hábito e sentido.

“Porque é tradição... porque um jornal em papel é mais manuseável, dá mais gosto...”;

“Os leitores não compram os jornais impressos pelo conteúdo. Compram-no pela plataforma. Ou seja, os jornais ainda vendem não apesar de serem em papel, mas precisamente porque ainda são em papel. Há pessoas que simplesmente gostam do suporte ou têm enraizado esse hábito de compra”;

“É diferente... dá mais gosto”;

“Sinceramente? Por uma questão de hábito e da relação quase física com

o papel”;

“Porque o papel é mais prático, pode ser guardado, pelo sentimento de posse etc”;

“Primeiro porque já está ali uma seleção de notícias, depois porque é uma questão de tradição, e o conforto e a companhia do papel são insubstituíveis”;

“Pela parte que me toca, detesto ler no computador quando estou em uma cafeteria, mesmo num tablet, é desagradável”;

“O ser humano é um animal de hábitos. Nem todos os cidadãos utilizam a internet ou tem plataformas que os permitam fazer a leitura de jornais. Outros, simplesmente, por opção”;

“Pela mesma razão que quando queremos um gelado vamos à sorveteria e não ao Google”.

Solicitados a opinar sobre qual a postura dos jornalistas em relação às novas tecnologias de comunicação e informação, as respostas são múltiplas, com uma dose de desconfiança, de descrédito e de esperança para outros. Textualmente os jornalistas afirmam que:

“É de abertura na generalidade, mas as direções perceberam o impacto, mas até ver não conseguiram potenciar os novos instrumentos. No essencial, há boas ideias, mas não surgiram propriamente novas práticas. Ainda é tudo no jeito de tudo ao molhe e fé em Deus”;

“Eu acho que a maioria está bastante indiferente... mas há jornalistas e jornalistas...”;

“Devem usar e abusar, mas devem, contudo, saber quais as balizas, os limites, as condicionantes. Primeiro existe o cidadão só depois a condição profissional. No entanto, esta é uma profissão com características específicas. Eu exponho-me muito nas redes sociais. Por um lado tento balizar o comportamento, por outro, tenho que ter defesa - logo a razão - para quando os excessos acontecem. As redes sociais não são virtuais. Em relação às tecnologias, propriamente dito, a tarefa dos jornalistas é agora muito mais facilitada do que em 1992 quando comecei. Não existia internet, celulares, skype etc”;

“Há muitas pessoas que não tem conhecimentos ou recursos para ter um

computador ou um smartphone, estes preferem ler o jornal em papel”;

“A nova geração de jornalistas é on-line, a velha... Papel! Eu estou no meio: reconheço as vantagens e a inevitabilidade do on-line, mas continuo a validar o papel como o meio mais nobre para oferecermos os nossos conteúdos premium!”;

“Conservadora e receosa”;

“Medo. Mas acho que é porque o ser humano não é receptivo à mudança. Deve-se aceitar, mas, sobretudo, entender e saber trabalhar com as novas tecnologias”;

“Usam-nas e talvez confiem demasiado nelas, na velocidade”;

“Depende muito. Há várias posturas, dos que adotaram aos que se mantêm, no essencial, afastados. Sou um utilizador entusiasta das tecnologias de informação”.

Questionados sobre o papel do jornal impresso em uma era da Internet e das redes sociais, os jornalistas responderam que:

“O impresso deve ter um papel proativo de permanente ajuste às mudanças, procurando tirar o máximo partido desses instrumentos”;

“Eu acho que o papel do impresso deve ser o mesmo para o qual foi designado, informar com credibilidade e explicar”;

“O impresso deve situar-se mais como reflexão do que de notícia”;

“Provavelmente os diários devem virar-se para a reflexão, produzir conteúdos que o leitor queira ler e pensar”;

“Explicar. Há uma frase que diz: a rádio anuncia, a TV mostra a imprensa explica. Neste momento o on-line faz o papel de rádio”;

“Há uma coisa que aprendi nos meus tempos de estudante, a rádio nos conta, a televisão nos mostra, e o jornal explica. Ora, hoje os jornais não fazem isso, nem no on-line nem no impresso. Limitam-se a contar. Mas disso já não precisamos, temos outros meios a fazer isso. Por isso eu acho que o jornal impresso devia voltar a sua função de explicar”;

Para quem o Jornalista escreve, para ele mesmo, para outros jornalistas, para o veículo ou para o leitor? Sobre isso os jornalistas afirmaram que escrevem para o leitor, mas conhecem casos que nem sempre isso acontece.

“Tenho bastante autonomia, estou à frente da equipe do *Negócios* no Porto. Escrevo a pensar no leitor, obviamente - invento fórmulas que o leve a ler mais do que o título, mais do que o entradão, mais do que o arranque, mais do que os primeiros parágrafos, mais do que a primeira metade...”;

“Para os leitores e não para os colegas de profissão ou para as próprias fontes, como acontece em muitos casos”;

Questionados se a comunicação na era das redes sociais muda o jornalismo impresso, as respostas foram divididas com aqueles que dizem que sim e aqueles que dizem que não. Textualmente afirmaram que:

“Muda claramente. Sobretudo ao nível da pesquisa de informação e da potenciação de contatos. Na parte que me toca, tenho hoje muito mais fontes graças ao Facebook e através dele chegam-me muitas notícias. Se seria capaz de viver sem ele profissionalmente? Acho que não. Ia ser uma grande ressaca”;

“Muda devido à potencialização das fontes, à velocidade de circulação de informação e também à capacidade das redes sociais para multiplicarem o impacto das nossas notícias. No essencial penso que não muda muito, no acessório muda bastante, sobretudo no que diz respeito ao chamado trabalho de campo. Quem não estiver lá está a perder”;

“Sim, porque os jornais impressos começam a vestir-se como pontos de reflexão sobre as notícias, deixando de ser o motor das notícias. No entanto, pela manhã, são os jornais impressos que empurram o dia noticioso, sobretudo, nos websites”;

“Claro, porque o jornalismo impresso tem que saber adaptar-se tal como a rádio fez quando surgiu a TV. Tem que ser uma alternativa ou mesmo um complemento”;

“A comunicação não penso que mude...”;

“Não acho que muda nem deve mudar”.

Como alguns jornalistas responderam que não concordam que a Internet muda

o posicionamento do jornal impresso, questionados se acreditavam que o jornal impresso deve se ater mais ao opinativo, analítico, crítico e reflexivo do que ao informativo, esses mesmos jornalistas responderam que não. Mas os que concordam que a Internet muda o jornal impresso responderam a questão de forma mais reflexiva. Para eles:

“Nunca tive problemas em misturar opinião com informação. O ADN do jornalista, sobretudo no campo desportivo, deve estar sempre presente. É o que marca a diferença”;

“Não, de todo, o jornalismo português sofre influência do jornalismo anglo-saxónico. A migração referida iria enquadrar-se no jornalismo tipo Latino-Americano. Por outro lado, os gêneros jornalísticos são claros e existe a análise, a crítica, a opinião e a reflexão. Esses gêneros têm espaços próprios”;

“Não, acho que devem existir todas e de preferência que o leitor não tenha dúvidas do que está a ler”;

“A mim parece óbvio que os jornais de papel estão em risco de deixarem de ser agentes de novidades”;

“Discordo em absoluto. A plataforma não deve influenciar os tipos de conteúdos e o conteúdo não noticioso (reportagens, análises, opiniões) é frequentemente o mais consumido on-line. Não há nada no jornalismo impresso que o torne mais (ou menos) apropriado a conteúdo opinativo, analítico ou crítico. Esse conceito é um reflexo de defesa das redações ou jornalistas que pretendem uma preservação artificial do papel, tentando associá-lo a uma espécie de conteúdo premium. Não faz sentido e os padrões de consumo de informação mostram-no. A ideia de que é preciso uma folha de papel para ler longos textos reflexivos foi destruída pela quantidade de tempo que as pessoas passam a ler nos pequenos ecrãs do telemóvel, além de computadores e tablets”;

“Não acho que haja uma separação propriamente dita, mas sim, o jornal em papel podia e, aliás, devia abordar assuntos de maneira mais elaborada... ora aí está, mais explicativa. Dificilmente isso se podia fazer num diário, mas porque não, num mensal? Por exemplo, houve alguém atropelado nesta rua do lado, o que os jornais fazem é ver quem, o que, quando, aonde... Mas ninguém vai falar com, por exemplo, o dono da loja que está à frente da rua! Ninguém vai ver quem foi a pessoa, porque é que lá estava e o que estava a

fazer! Até pode-se tratar de uma fuga, ninguém sabe. Estas coisas podiam muito bem ser feitas pelos impressos”.

Questionados sobre o tipo de jornalista que trabalha no impresso, ou seja, o que há de estruturalmente diferente entre os jornalistas que trabalham com o jornal impresso e o jornal on-line? As opiniões são divergentes, para muitos não há nada de diferente, mas para outros sim. Textualmente afirmam que:

“Os melhores jornalistas estão no impresso e não na televisão e infelizmente o on-line dos jornais está entregue aos jovens, iniciantes de carreira, muitos começam por ali”;

“O mesmo tipo de jornalista que trabalha nas rádios, nas TVs... até no on-line... Não há diferença alguma porque não há preparo diferenciado para um ou outro veículo”;

“Só difere o meio, o resto é igual”;

“Na generalidade dos casos, a redação funciona de forma integrada, ou seja, a esmagadora maioria dos jornalistas trabalha para as várias plataformas. Em alguns casos - no *Negócios*, por exemplo - há um pequeno pool de jornalistas a trabalhar quase em *full time* para o on-line... Mas que acabam por trabalhar também para o papel... Enfim! O que há de diferente entre os dois tipos de profissionais - no essencial? Nada!”;

“Nenhuma diferença. Jornalista é jornalista em qualquer plataforma tecnológica”;

“No on-line deve haver, ainda mais, capacidade de síntese e a vontade de estar junto às tecnologias de informação”;

“Todos os tipos, acho! Será?”.

### **Reflexões, mas sem conclusão!**

A partir dos dados da pesquisa podemos verificar que há duas informações dignas de reflexão, ou seja, a primeira de que o jornalismo é fonte de informação, e nasce com o objetivo informacional tem sido debatida por teóricos e escritores da área de jornalismo. Textualmente Genro Filho (2012: 176) afirma que “as gazetas semanais nasceram à sombra de interesses dos banqueiros e mercadores e foram

precursoras do nascimento, ainda no século XVII dos primeiros jornais diários que já apontavam uma vocação emergente para o jornalismo”.

Para Fabre (1980: 50), “Para os novos jornais, não se tratava de informar, mas de distrair e divertir um leitor mundano, cada vez mais culto e curioso. Promoções, anúncios e críticas de espetáculos, nomeações, poesias, enigmas e discursos acadêmicos, misturam-se aí, de uma página a outra”.

A segunda de que o gênero informacional do jornalismo impresso estaria sendo substituído por outros gêneros. O que se verifica não é uma substituição, mas uma inclusão e permanência de vários gêneros que se completam, ou seja, pensar se o jornalismo é informativo, crítico, reflexivo, analítico ou opinativo não é uma discussão nova, muito pelo contrário. O próprio nascimento do impresso vem carregado de ideias de um veículo que serve a diferentes públicos e por isso com distintos anseios que perpassam por todos os gêneros jornalísticos.

Ainda sobre a questão dos gêneros, mais um jornalista cita a frase “o rádio nos conta, a televisão nos mostra, e o jornal explica”, como se de fato cada um dos veículos tivesse a sua função principal. A Internet neste caso seria um substituto ou um complemento do rádio, que de alguma forma tem hoje a questão do imediatismo que era reportado somente ao rádio em décadas passadas. Mas fica aqui uma inquietação porque os ouvintes do rádio, apesar de seu imediatismo tinham no veículo profunda confiança, o que não acontece com os usuários da internet hoje em dia. Pode ser que a internet tenha a função do imediatismo como o rádio, mas quanto à credibilidade os dois veículos não se assemelham.

Ao mesmo tempo acreditam que nenhum dos veículos está exatamente cumprindo o seu papel, limitando-se a uma função específica e por isso uma inquietação por parte dos estudiosos que tentam limitar e compreender aquilo que está em ebulição. Alguns jornalistas defendem que o impresso deveria voltar a sua nobre função de explicar os fatos.

Importante destacar a visão do jornalista Zé Gabriel Quaresma que, quando questionado sobre a diferença dos jornalistas que trabalham nas plataformas impressa, eletrônicas ou digitais, nos disse:

“Essa pergunta é pertinente e curiosa, pois o rádio, a TV e o impresso são meios distintos, tipologias de jornalistas distintas. Na imprensa mais profissionalmente solitários e introvertidos e mais preocupados com a escrita, porque são lidos e menos expostos, logo, menos condicionados. A maioria dos jornalistas do on-line migrou da imprensa, adaptou-se às tecnologias e, obviamente, já não quer voltar atrás. A velocidade que a informação

surge e é tratada obriga os jornalistas on-line a serem um pouco dos três meios, da rádio e da TV - rapidez de execução - e da imprensa, porque escrevem, fazem jornalismo escrito, com muito menos tempo para olharem o que fazem. Quem trabalha no on-line penso que a diferença é a formação. As gerações jovens entram numa redação praticamente prontas a funcionar com as plataformas tecnológicas. Os jornalistas de imprensa precisam juntar aos seus conhecimentos estes novos tempos, estas novas ferramentas, mas, o ser humano é um animal de hábitos. Habitua-se a tudo. Fundamental é ser-se jornalista.”

Na visão de grande parte dos leitores entrevistados, a internet não é uma realidade para todos os Portugueses, sobretudo em determinadas faixas etárias, por isso, o hábito da leitura do jornal impresso ainda é algo muito superior ao processo de aquisição de informação pela internet.

O papel social dos jornais sendo lidos nos cafés tem relevância no consumo das notícias impressas. É tradição, hábito e prazer para os Portugueses tomar o café da manhã, ou, como eles dizem, tomar o pequeno almoço, nas esplanadas das diversas cafeterias existentes em Portugal e principalmente para aqueles que já se encontram aposentados, com mais tempo de desfrute do prazer do café entre os amigos. A leitura vem sempre recheada de comentários e discussões entre os presentes nas esplanadas e a leitura social, muito mais significativa do que uma leitura individual reforça o papel do jornal impresso como algo que transcende a própria informação, mas que se firma como suporte para encontros e amizades.

Se nos primeiros momentos desta investigação no Brasil, os cinco sentidos foram destacados como fundamentais na leitura do jornal impresso, isso se apresenta ainda mais determinante com o público Português, para quem os sentidos são reforçados com a questão do relacionamento social.

Aqui vale uma reflexão... Se as redes sociais são determinantes na sociedade contemporânea, o jornal impresso é a sustentação desta realidade para os leitores do impresso Português. As redes de relacionamento, as redes sociais, não são só virtuais, elas existem de forma presencial, nas esplanadas, no encontro físico com os amigos, no dia-a-dia da preservação da amizade, do contato e da tradição. Um jornal, um café e um bom amigo! Eis a fórmula das redes sociais desde sempre!

## **BIBLIOGRAFIA**

Bardin, L. (2010), *Análise De Conteúdo*, Lisboa: Edições 70.

Fabre, M. (1980), *História da Comunicação*, Lisboa: Moraes.

Genro Filho, A. (2012), *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, Florianópolis: Insular.

Goldenberg, M. (2009), *A arte de pesquisar*, Rio de Janeiro: Record.

Kerckhove, D. (1997), *A Pele da Cultura*, Lisboa: Relógio D'Água Editores.

Lakatos, E.m; Marconi, M. A. (1986), *Técnicas de Pesquisa*, São Paulo: Editora Atlas.

Mcluhan, M. (1967), *The medium is the message*, Nova Iorque: Rondon House.

Melo, J. M. (2003), *Jornalismo Opinativo: Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*, Campos do Jordão: Mantiqueira.

Patterson, T. E. (1993), *Out of Order*, New York: Knopf.

Perniola, M. (1993), *Do sentir*, Lisboa: Editorial Presença.

Sodré, M. (2006), *As estratégias sensíveis: Afeto, mídia e política*, Petrópolis/RJ: Vozes.

Triviños, A. N. S. (1987), *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*, São Paulo: Atlas.

Tuzzo, S. A. (2013), *O papel do Jornal Impresso em tempos de Internet e redes sociais: O que pensam os leitores*. In: *Falas da História: Comunicação alternativa e identidade cultural*, Goiânia: Facomb/UFG.