



O leitor do *Diário Popular* de Pelotas-RS em um contexto de convergência

Ana da Rosa Bandeira
Kleiton Semensatto da Costa
Patricia Lopes Damasceno

Resumo: Este trabalho tem por objetivo discutir o estatuto de um possível leitor tradicional de jornais em um contexto de convergência midiática. Para tanto, utilizamos como estudo de caso o jornal *Diário Popular* de Pelotas-RS, um dos mais antigos periódicos com circulação praticamente ininterrupta do Brasil desde 1890. Partimos, para caracterizar o leitor deste meio, do conceito-chave de “prosumidor” (GÓMEZ, 2011) e da categorização de leitores cumulativos e substitutivos a partir de Knewitz (2010). Cruzando tais teorias com dados empíricos que contextualizam os hábitos de leitores de jornais em Pelotas-RS, intentamos analisar como e se esse novo cenário de convergência repercute na relação do leitor de jornal com o *Diário Popular*.

Palavras-chave: *Diário Popular*; jornal; convergência; leitor; prosumidor.

1. Introdução

O artigo ora apresentado é fruto dos esforços de componentes do grupo de pesquisa coordenado pela Profª. Dra. Ana Claudia Gruszynski junto ao LEAD – Laboratório de Edição, Cultura e Design. O texto relaciona-se com um projeto de tese que tem como temática pesquisar como o projeto gráfico do jornal *Diário Popular* de Pelotas-RS influencia a produção e a circulação da informação nessa região.

Em termos metodológicos, este é um estudo de abordagem qualitativa que se utilizou de fonte de pesquisa bibliográfica para fundamentar e compreender o fenômeno analisado. Igualmente, o método que indicou os meios técnicos da investigação foi o comparativo, de modo que auxiliou na identificação de diferenças e similaridades entre os hábitos de leitores

de jornais, de uma localidade específica, no atual contexto midiático. Além disso, esta é uma pesquisa que atua em nível exploratório, uma vez que constitui a etapa inicial de uma investigação mais ampla e que foi desenvolvida “com o objetivo de proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 2007, p. 43). Também utilizamos a pesquisa documental, a qual se vale de documentos originais que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor, “ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (GIL, 2007, p. 66). A partir do contato com o veículo objeto deste estudo, recrutamos os dados de acesso dos usuários do *site* do jornal (obtidos com o *Google Analytics*) e recuperamos a pesquisa encomendada pela ADI (Associação dos Diários do Interior do Rio Grande do Sul) ao *Instituto Methodus de Pesquisa e Inteligência Política*, a qual averiguou os hábitos dos leitores de jornal em Pelotas, realizada em março de 2014. Também consultamos os números da pesquisa *F/Radar*, um estudo sobre internet realizado pela *F/Nazca Saatchi & Saatchi* em parceria com o *Instituto Datafolha*, que constatou a evolução da penetração da tecnologia móvel na população brasileira. Informações que foram cruciais para o cruzamento com a teoria e para interpretação da problemática da pesquisa.

2. O jornal em um novo contexto

Tradicionalmente, os leitores recorrem aos jornais impressos em busca da informação nele contida. Um jornal, contudo, não pode ser analisado somente pelo conteúdo de seus textos. Ele chega ao leitor em um determinado formato, com uma determinada configuração material historicamente construída. Suas dimensões, o tipo de papel, a presença ou não de cores, a tipografia utilizada, as margens, fotos, ilustrações, todos esses são aspectos que irão estabelecer – e condicionar – a relação dos leitores com o produto impresso. Chartier e Cavallo (1998) destacam a importância da materialidade – do suporte – no ato de leitura. Para os autores, “é preciso considerar que as formas produzem sentido e que um texto se reveste de uma significação e de um estatuto inéditos quando mudam os suportes que o propõem à leitura” (CHARTIER; CAVALLO, 1998, p. 6). Assim, os leitores somente

podem estabelecer uma relação com o texto propriamente dito através do objeto que o contém.

Gruszynski (2007) corrobora tal posição ao citar Lyons (1999), que afirma que “a forma física do texto, na tela ou no papel, seu formato, a disposição do espaço tipográfico na página são fatores que determinam a relação histórica entre leitor e texto” (LYONS apud GRUSZYNSKI, 2007, p. 118). Destarte, sendo a materialidade e, conseqüentemente, sua configuração condicionantes na relação entre leitores e textos, não é de se estranhar que o atual contexto midiático, a partir das novas tecnologias, modifique de forma substancial essa relação. Inclusive, Furtado (2006) afirma que, como o texto se apresenta como um objeto material, seu potencial de significações não pode ser independente de seu suporte.

Contudo, o atual cenário tecnológico torna mais complexa tanto a condição material do gênero “jornal” quanto a sua relação com os leitores. Hoje, um veículo não se relaciona com seu público apenas através de suas páginas impressas, mas também através de seu site, de seu aplicativo para dispositivos móveis e de suas páginas nas mais diversas redes sociais, por exemplo. A periodicidade diária que caracteriza o formato impresso contrasta com o consumo de conteúdo em tempo real do meio digital. Na esteira das mudanças tecnológicas, os leitores também se encontram em rápida e constante transformação.

Esse cenário, tanto em termos sociais quanto tecnológicos, é o que Jenkins (2009) define como *convergência*. O autor destaca que o trabalho de Ithiel de Sola Pool (*Technologies of Freedom*, de 1983) foi provavelmente pioneiro ao falar do potencial transformador da convergência nas indústrias midiáticas. Mas enquanto o trabalho de Pool (1983) estava mais voltado para o impacto da convergência na cultura política, Jenkins (2009) explora o seu impacto na cultura popular.

Na caracterização do fenômeno da convergência, a partir do trabalho de Pool (1983), Jenkins (2009, p. 37) afirma que, em determinada época, “cada meio de comunicação tinha suas próprias e distintas funções e seus mercados, e cada um era regulado por regimes específicos”. A digitalização das informações permitiu o cruzamento de tais funções. “Novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários

canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção” (JENKINS, 2009, p. 38).

O enfoque de Jenkins (2009) nos interessa, pois leva em consideração a transformação cultural envolvida no processo de convergência, sem reduzi-la a um fenômeno meramente tecnológico.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. [...] não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobrimos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência (JENKINS, 2009, p. 43).

Fazendo coro a Jenkins (2009), que identifica nesse contexto uma “cultura da participação”, Gómez (2011) argumenta que a convergência tecnológica e a globalização da cultura proporcionam que um ou mais meios de comunicação combinem-se em processos inter e transmidiáticos. Nessa era contemporânea, há espaço tanto para os ‘meios tradicionais’, como é o caso do jornal impresso, quanto para os dispositivos tecnológicos existentes, e também para as interações das audiências com os mesmos, incluindo os próprios comunicantes participantes das redes sociais. Em relação às possibilidades que a internet proporciona, Gómez (2011) afirma ainda que

[...] dentro da convergência, [a internet] potencializa os meios tradicionais e os situa ante novas possibilidades de interação frente às telas, pois as narrativas transmidiáticas criam um ‘sensório envolvente’ que permite ao comunicante transladar e expandir seus gostos [...] a múltiplas plataformas que o brindam com diversas experiências sensoriais pela simples materialidade do meio (GÓMEZ, 2011, p. 394-395, tradução nossa).

Salaverría (2010) acrescenta a essa discussão outra dimensão da convergência, que dialoga com os postulados de Jenkins (2009) e Gómez (2011), ao constatar que os meios de comunicação atravessam um momento crítico, devido à implantação acelerada das tecnologias digitais, no qual estruturas e processos, que sempre caracterizaram a profissão jornalística durante o século XX, parecem estar fadados a ceder lugar a novos hábitos e demandas informativas do público no século XXI. “Ao contrário de anos anteriores, no jornalismo de hoje, uma mesma informação tende a ser consumida através de múltiplos canais

e meios de comunicação, muitas vezes simultaneamente” (SALAVERRÍA, 2010, p. 33, tradução nossa).

Diante disso, o autor verifica uma série de mudanças nos modos de confecção da notícia a partir da instauração de redações que atuam integradas (jornal impresso, televisão, *Web*, rádio, dentre outros meios variando de acordo com o porte de cada veículo) na elaboração do conteúdo. Igualmente, percebe a formação do jornalista polivalente que produz informação para os diferentes canais de comunicação. Resumidamente, Salaverría (2010) considera a convergência como um processo, o qual é resultado: da reconfiguração da demanda do público; da crise empresarial (redução de pessoal e, conseqüente redução de custos; incremento de produtividade; modernização das estruturas; entre outros fatores); e da própria natureza desse conteúdo que é produzido para ser consumido em multiplataforma.

A convergência, portanto, configura-se como um processo dinâmico, em contínua troca, em que os meios de massa tradicionais perdem protagonismo frente aos meios pessoais e as redes sociais, e os processos de recolha, produção e distribuição de conteúdos se encontram submetidos a constantes inovações (SALAVERRÍA, 2010, p. 48, tradução nossa).

Outra contribuição pertinente de Salaverría (2010) para o presente estudo, que costura o que vem sendo tratado neste tópico, diz respeito ao reflexo da convergência na materialidade do meio, em suas características formais e, conseqüentemente, nos hábitos do leitor. Segundo o autor

A convergência, por fim, incide também no produto jornalístico. Na sequência da convergência se modificam as características formais do conteúdo (ênfase em mensagens multimídia), assim como os próprios hábitos da audiência de consumir esses conteúdos e a interagir com eles. A comunicação no ambiente da convergência dos meios se caracteriza pelo imediatismo, pela multimídia, pela interatividade, pela participação, pelo aprofundamento, pela estrutura não linear e pela personalização (SALAVERRÍA, 2010, p. 58, tradução nossa).

Procuramos aproximar esses conceitos ao caso do jornal *Diário Popular* de Pelotas-RS, objeto deste estudo. O veículo compôs, a partir de 2009, um núcleo *Web* em sua redação, responsável por produzir conteúdo para o *site* do jornal, que pode ser acessado através de dispositivos diversos (*smartphones*, *tablets*, *desktops*, etc.). O núcleo também interage com os leitores do *Diário Popular* a partir de sua página no *Facebook* e de sua conta no *Twitter*. Isso caracteriza um consumo de notícias com características múltiplas de

mobilidade e interface, ensejando um sem número de contextos materiais e de recepção para um mesmo conteúdo.

Diante disso, nossa intenção é relacionar tais iniciativas com o perfil dos leitores do periódico em questão. Antes, porém, faz-se necessário apresentar brevemente o jornal, o qual faz parte da história da imprensa em Pelotas, uma das maiores cidades do interior do Rio Grande do Sul, com o intuito de contextualizar os processos de recepção entre veículo e leitores.

3. O desenvolvimento da imprensa em Pelotas-RS

Em 1827, cinco anos após a independência do Brasil, era criado o primeiro jornal do Rio Grande de Sul: o *Diário de Porto Alegre* (SODRÉ, 1966). Pouco mais de duas décadas depois, no ano de 1851, mudou-se da cidade de Rio Grande para Pelotas, no interior do estado, o tipógrafo Cândido Augusto de Mello que fundaria em 7 de novembro do referido ano o primeiro jornal da cidade, denominado *O Pelotense*. Em 1901 o jornalista Alfêres Tancredo de Mello publicaria no jornal *O Pensamento* uma lista dos periódicos em circulação em Pelotas no século XIX, elencando um total de 115 títulos (NEVES, 2012). Para Reverbel (1981), apesar do tardio surgimento da imprensa pelotense – especialmente em relação à Porto Alegre – não demorou muito para que sua produção se igualasse à da capital. Isso porque, a partir de 1870 surgiria em Pelotas o prelo de ferro e, em seguida, a máquina a vapor (que junto a outras transformações, agilizou a composição editorial e a produção jornalística), viabilizando a circulação diária de periódicos. Segundo Magalhães (1993), no momento de seu apogeu econômico e cultural (1860-1890), Pelotas chegou a ter uma dezena de jornais com circulação simultânea (NEVES, 2012).

No Rio Grande do Sul e mais especificamente em Pelotas, no final do século XIX ainda se construía um cenário de pujança econômica e cultural. Muitas indústrias, comércio bem desenvolvido e o contato estreito com a cultura européia faziam das regiões de Pelotas e o atual município de Rio Grande terrenos férteis para a divulgação das mais diversas informações [...]. Nesse contexto, foi inaugurado em 1890 o jornal *Diário Popular* de Pelotas, que persiste em sua versão matutina ao longo de 123 anos. Por ser um dos mais antigos periódicos em circulação no país, abrange períodos considerados relevantes pelas mudanças técnicas dos meios de reprodução adotados (*Diário Popular*, 25/08/1990). Passou por guerras, revoluções e crises tanto de caráter nacional quanto local como, por exemplo, em 1931 com a falência do *Banco Pelotense*, instituição financeira que mantinha os bens de

importantes figuras pelotenses e de cujo baque a cidade jamais se recuperou (BANDEIRA; RAMIL; NEVES, s/a, s/p).

Apesar desse passado profícuo, hoje são publicados na cidade apenas dois principais periódicos: o *Diário Popular* e o *Diário da Manhã*, além de jornais de bairro e de associações de menor expressão. Além disso, circulam também títulos de abrangência regional, estadual e nacional, como *Zero Hora*, *Correio do Povo*, *O Sul*, entre outros. Segundo dados do último *Censo* (IBGE, 2010) Pelotas possui 328.275 habitantes, dos quais 82.069 (25%) alegam não serem leitores de jornal impresso, enquanto 246.206 afirmam manter o hábito, ainda que esporadicamente (METHODUS, 2014).

O fato de tais dados revelarem que a maior parte da população pesquisada mantém a rotina da leitura de jornais, ainda nos deixa dúvidas sobre os diferentes tipos de relações que são estabelecidas entre esse público e o jornal. A partir de dados levantados pela pesquisa supracitada, podemos compreender melhor o comportamento desses leitores e realizar os cruzamentos entre os conceitos apontados, inicialmente, por esta investigação: o de “prosumidor” (GÓMEZ, 2011) e as categorias de *leitor cumulativo* e *leitor substitutivo*, elencadas por Knewitz (2010), aliados ao contexto de convergência midiática já mencionado.

4. **O perfil do leitor pelotense de jornais**

De acordo com os dados da pesquisa supracitada (METHODUS, 2014), dos 75% da população pelotense identificados como leitores de jornal, 95,7% do montante (cerca de 235.619 habitantes) leem o *Diário Popular*.

Em relação ao perfil dos leitores do *Diário Popular* (Figura 1), a maioria é composta por mulheres (53,3%), com idade majoritária entre 25 e 34 anos (23%), seguida de perto pela faixa entre 35 e 44 anos (20%) e acima de 55 anos de idade (também 20%). Em termos de escolaridade, a maioria dos entrevistados possui segundo grau completo (40,3%), seguida de leitores em nível de terceiro grau (34,3%). Em relação ao poder aquisitivo, a grande maioria dos entrevistados possui renda familiar de até 5 salários mínimos (68,3%), enquanto 28,3% recebe entre 5 e 15 salários mínimos.

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
 12º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
 Santa Cruz do Sul – UNISC – Novembro de 2014

Jornal	Base*	Gênero		Faixa etária (em anos)***					Grau de instrução			Renda Familiar**		
		FEM	MAS	Até 24	25-34	35-44	45-54	55+	1º	2º	3º	Até 5	5-15	Mais de 15
<i>Diário Popular</i>	235.619	125.585 (53,3%)	110.034 (46,7%)	40.762 (17,3%)	54.192 (23,0%)	47.124 (20,0%)	46.417 (19,7%)	47.124 (20,0%)	59.612 (25,3%)	94.954 (40,3%)	80.817 (34,3%)	160.928 (68,3%)	66.680 (28,3%)	7.775 (3,3%)

*A base de leitores do jornal foi calculada considerando-se o número de leitores de jornal no município e o percentual de entrevistados que disse ler o Jornal Diário Popular.
 **Em salários mínimos (R\$724,00)

Figura 1 – Perfil dos leitores do *Diário Popular* de Pelotas. Fonte: Methodus, 2014.

Quando questionados sobre o jornal que leem com maior frequência, os entrevistados que se dizem leitores de jornal elencam em primeiro lugar o *Diário Popular*, seguido pelo *Diário da Manhã* e pelo jornal *Zero Hora* (Figura 2). Percebe-se, na figura apresentada, uma diferença considerável entre o percentual daqueles que leem o *Diário Popular* (que atualmente conta com uma tiragem diária de aproximadamente 20 mil exemplares, subindo para cerca de 25 mil cópias aos domingos) e dos que leem os demais periódicos. É possível notar, também, a preferência pelos jornais locais em detrimento daqueles de circulação regional e estadual.

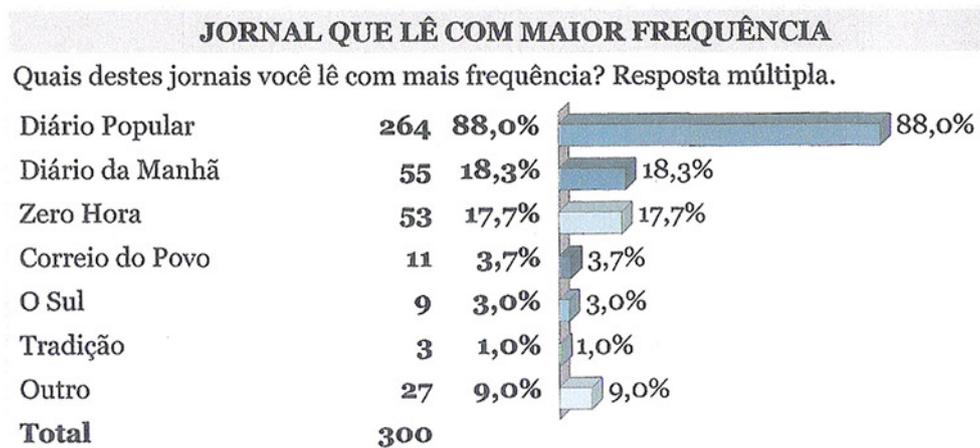


Figura 2 – Ranking de leitura na cidade de Pelotas-RS. Fonte: Methodus, 2014.

Outro dado relevante diz respeito ao suporte preferido pelos leitores. Enquanto 252 entrevistados (87,8%) acessa o *Diário Popular* em sua versão impressa, 28,6% costuma ler o jornal pela *internet*. Ainda que a grande maioria dos entrevistados ainda opte pela versão impressa, é notável o crescimento da parcela da população que faz uso da versão *online* do jornal, no comparativo que relaciona as edições anteriores da pesquisa (Figura 3):



VERSÃO IMPRESSA E INTERNET - comparativo

	Jan11	Jul11	Jan12	Jul12	Jun13	Mar14
Versão impressa	91,5	98,3	91,4	95,8	88,5	87,8
Internet	8,5	3,4	12,3	12,9	26,3	28,6

Figura 3 – Hábito dos leitores em relação ao formato do Diário Popular. Fonte: Methodus, 2014.

Estatísticas de acesso ao *site* do jornal no período que compreende o mês de junho de 2014 extraídas a partir do *Google Analytics* registram 389.981 acessos, a partir de 156.018 usuários, com 1.230.520 visualizações de página. A duração média da visita foi de 10 minutos e 22 segundos e a imensa maioria de acessos se deu a partir da cidade de Pelotas (Figura 4).

País	Cidade
Brasil (377.984)	Pelotas (286.124)
EUA (4.136)	Porto Alegre (23.516)
Índia (2.298)	São Paulo (17.101)
Uruguai (562)	Rio Grande (16.967)
Argentina (544)	Canguçu (2.887)
Portugal (521)	Santa Maria (2.654)
Inglaterra (265)	Rio de Janeiro (2.165)
Paraguai (195)	Curitiba (1.965)
Alemanha (187)	Bagé (1.864)
Espanha (183)	Florianópolis (1.816)

Figura 4 – Origem dos acessos ao site. Fonte: Google Analytics

Um dado interessante é que 276.451 dos acessos são de visitantes que retornam ao *site*, enquanto 113.530 acessos são de novos visitantes. Infere-se que, apesar de o número de leitores que acessam o *Diário Popular online* ser muito inferior aos que leem a versão impressa, de acordo com a pesquisa encomendada pela *Associação dos Diários do Interior do RS*, a opção de acesso pelo site tem crescido e se tornado recorrente por parte dos leitores do jornal.

Aliás, encontra-se aqui a principal divergência entre os dados da pesquisa apresentada. Apesar de 87,8% dos entrevistados optar pelo formato impresso do jornal, quando questionados sobre os meios de comunicação em que mais confiam, 32,3% deles afirmam confiar mais na *internet* enquanto apenas 24% apontam o jornal impresso como meio mais confiável na busca de informações (Figura 5). Como veremos a seguir, uma possível justificativa para isso encontra-se em Knewitz (2010). Ao analisar o comportamento de leitores da versão impressa e da versão online de *Zero Hora*, a autora categoriza-os como

leitores cumulativos (aqueles que continuam lendo o jornal impresso e complementando-o com o *webjornal*) e *leitores substitutivos* (que substituíram o primeiro pelo segundo).



Figura 5 – Grau de confiança nos meios. Fonte: Methodus, 2014.

O crescente interesse e preferência pelo meio digital podem ser ilustrados pelo número de seguidores do *Diário Popular* no *Twitter*, que ultrapassa os 17.000, e o número de ‘curtidas’ no *Facebook*, que passam de 73 mil. Considerando-se especialmente a inserção do jornal nas redes sociais, notamos um contexto que corrobora o exposto por Gómez (2011) sobre a atual “condição comunicacional”, uma vez que ela

permite aos participantes nos processos comunicativos mediados por telas desconstruir de maneira real o material, e não apenas reinterpretar, ressemantizar ou desconstruir simbolicamente, como desde sempre foi possível, os objetos e referentes de seu intercâmbio comunicativo. É também esta condição comunicacional que modifica as possibilidades de transformação, de criação e de participação real possível (e desejável) dos sujeitos audiência a partir de suas interações com as telas (GÓMEZ, p. 389, tradução nossa).

Percebe-se, segundo Gómez (2011), um trânsito, uma mutação das audiências em usuários, em comunicantes, em “prosumidores”, uma vez que a interatividade possível a partir das novas telas extrapola a interação simbólica com as mesmas, transformando os receptores

em produtores e emissores. Essa seria, para o autor, uma das transformações sociais mais significativas de nossos dias, configurando-se a partir daí outras mudanças inclusive na configuração e na negociação de identidades dos espectadores.

Tal alteração no comportamento das audiências difere-se, segundo Gómez, do processo descrito por autores como Prensky (2001 apud GÓMEZ, 2011) como “migração digital”, no qual se toma como referência apenas a dimensão digital como responsável pela configuração dos “migrantes digitais”, excluindo a dimensão analógica anterior que foi na verdade o ponto de partida da maioria das mudanças ocorridas posteriormente com os comunicantes que não nasceram na era digital. Ao contrário, o trânsito de audiência para usuário considera como referente a dimensão analógica, e Gómez (2011) defende ser necessário o entendimento de tal movimento, no intuito de aproveitar os conhecimentos e os resultados de investigações anteriores com as “velhas telas”, já que “seguimos sendo audiências, trocando de papéis, porém sempre em relação às telas, que é o que nos confere tal categoria” (GÓMEZ, 2011, p. 390).

Se considerarmos o contexto do *Diário Popular* de Pelotas, em que a grande maioria dos leitores não é composta por nativos digitais – segundo a pesquisa apresentada (METHODUS, 2014, p. 14), apenas 17,3% dos leitores tem menos de 24 anos –, perceber as nuances que caracterizam essa audiência parece-nos pertinente.

Questionando-se sobre os sentidos das práticas de leitura de jornais nas últimas décadas, após a popularização da internet, Knewitz (2010) observa o quanto o fator faixa etária influencia na forma como os leitores se relacionam com o conteúdo jornalístico, seja impresso ou digital. Observando o comportamento de leitura de seus entrevistados a autora identifica que dentre os *cumulativos*, em sua maioria, está o público mais velho, em contrapartida nos *substitutivos* identificamos os leitores mais jovens.

Em sua investigação a autora percebeu que o ambiente em que as pessoas preferem ler ainda é em suas residências, mas que esse costume, geralmente, é reservado aos finais de semana. Outra constatação diz respeito ao local de trabalho, que vem se consolidando como o lugar de leitura durante os dias de semana. Para Knewitz (2010, p. 215) “de um modo

geral, pode-se afirmar que, se o jornal impresso é lido uma vez ao dia, em horário e lugar fixos, o jornal digital é lido várias vezes ao dia, em diversos locais”. Dentre os suportes de leitura, mesmo com a crescente familiarização com a leitura em tela, que vem aprimorando tecnologias e *interfaces*, o impresso ainda é apontado como favorito.

Em relação à edição impressa, alguns dos entrevistados de Knewitz (2010) alegaram ler inclusive o que não gostam, uma vez que costumam percorrer a edição na íntegra e na ordem sugerida pelo meio. Em tal prática, destacam-se peculiaridades como o prazer do manuseio, à forma de exposição dos conteúdos e ao fato de ser menos cansativo. Igualmente, em função de não gostarem de ter que clicar em algum *link* para tomar contato com o conteúdo, os leitores preferem ter as informações expostas em um mesmo plano, como no impresso.

Por fim, mas não menos importante, Knewitz (2010) observa que a transição no costume da leitura longa no início da manhã do jornal impresso para leitura rápida e fragmentada do conteúdo digital ao longo do dia, instaurada pelas recentes rotinas de trabalho, na qual as pessoas têm menos tempo, e pela introdução de novos suportes de leitura, faz com que a essa seja mais superficial, a partir da justificativa da maioria dos entrevistados pela autora que alegam que é mais difícil reter os conteúdos lidos na *Internet*.

Concluiu-se que, por parte dos jornalistas, a rápida atualização dos dados vem incentivando uma maior objetivação das notícias e também as tomando mais propensas a erros. No polo da recepção, essa objetivação nem sempre é bem aceita. Observou-se que, enquanto para a maior parte dos *leitores cumulativos* isso agrega praticidade, para grande parcela dos *leitores substitutivos*, textos muitos sucintos conduzem à insatisfação pela falta de profundidade (KNEWITZ, 2010).

Corroborando com o exposto até aqui, verificamos que o fator idade é crucial para explicar a preferência pelo impresso em relação ao digital. Da mesma forma, aspectos que envolvem a renda e o grau de instrução também condicionam as práticas de leitura. Isso é o que aponta os dados da 12ª edição da pesquisa F/Radar (F/NAZCA SAATCHI & SAA-TCHI; INSTITUTO DATAFOLHA, 2012, p. 14), a qual mostra que conforme avança a idade, cai o percentual do costume de acessar a internet (12 a 24 anos 86%; 45 a 59 anos 29%; e acima dos 60 anos apenas 10%), mostrando que o perfil do internauta ainda é jovem. A pesquisa destaca ainda que as diferenças de classe social são um condicionante

para o acesso, uma vez que 88% dos internautas brasileiros estão nas classes A e B. Enquanto o hábito de acessar a internet fica acima de 80% nas classes A e B e de 53% na classe C, esse número despenca para 18% nas classes D e E. A banda larga também é privilégio das classes A e B (A e B 66%; C 26%; D e E 7%) e, com isso, a frequência de acessos é maior para os mais ricos e instruídos. De mesma forma, a troca do papel pelo digital é maior nas classes altas.

5. Considerações finais

Ainda que seja evidente o crescimento do interesse do leitor pelo conteúdo disponível digitalmente, as discussões e os dados levantados até aqui, mesmo que em caráter preliminar, nos levam a algumas hipóteses.

A primeira delas dá conta de que no interior a realidade é distinta dos grandes centros do país, onde a perspectiva do leitor ‘conectado’ é muito maior. A pesquisa F/Radar (F/NAZCA SAATCHI & SAATCHI; INSTITUTO DATAFOLHA, 2013) apresenta dados que indicam que nas regiões metropolitanas a parcela de indivíduos com costume de acessar a internet chega a 62%, já no interior esse índice fica em 48%. De acordo com outra pesquisa consultada (METHODUS, 2014), 68,3% dos leitores do *Diário Popular* de Pelotas possui renda familiar de até 5 salários mínimos, isso apontaria para uma avaliação de que o índice conectividade desse público com a internet pode não ser muito expressivo.

Embora o atual contexto de convergência nos direcione para uma discussão que se foca nesse público ‘conectado’, que cresce a cada dia, não podemos relegar a importância de um leitor com hábitos *cumulativos* vinculados ao jornal impresso. Considerando que o Brasil é um país com dimensões continentais e que possui muitas diferenças sociais e culturais, acreditamos que é pertinente situar na discussão ampla de convergência a presença ainda massiva dos leitores que tem como principal fonte de informação o jornal impresso. Nesse sentido, assim como Knewitz (2010) aponta, os leitores da cidade de Pelotas também têm preferência pela versão impressa (87,8%) e mesmo que o índice de interesse pelo conteúdo digital aumente de modo significativo, o interesse pelo impresso não necessariamente cai na

mesma proporção, o que ratifica o comportamento percebido pela autora da presença de *leitores cumulativos* nessa localidade.

Outro fator que chama atenção na abordagem de Kwenitz (2010), diz respeito a relevância que materialidade do meio impresso assume para o leitor como o prazer do manuseio, à forma de exposição dos conteúdos, que sugere determinadas condutas de leitura, e ao fato de ser menos cansativo.

Por fim, cabe salientar que, sendo este um primeiro esforço de pesquisa, com o passar do tempo seremos capazes de reunir mais dados para construir e caracterizar de maneira mais detalhada o perfil do leitor de jornal no interior do estado do RS e coloca-lo em discussão mais profunda com o contexto de convergência aqui esboçado.

Referências

- BANDEIRA, Ana da Rosa; NEVES, Helena de Araujo; RAMIL, Chris de Azevedo. **Diário Popular de Pelotas-RS**: fonte e objeto de pesquisa no campo do design gráfico. s/ed. s/a.
- CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. Introdução. In: CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger (orgs.). **História da leitura no mundo ocidental**. Vol. 1. São Paulo: Ática, 1998, pp. 5-40.
- F/NAZCA SAATCHI & SAATCHI; INSTITUTO DATAFOLHA. **Pesquisa F/Radar**: Pano-rama do Brasil na internet. 13.^a edição. Outubro de 2013.
- F/NAZCA SAATCHI & SAATCHI; INSTITUTO DATAFOLHA. **Pesquisa F/Radar**: Pano-rama do Brasil na internet. 11.^a edição. Abril de 2012.
- FURTADO, José Afonso. **O papel e o pixel. Do impresso ao digital: continuidades e transformações**. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GÓMEZ, Guillermo Orozco. La condición comunicacional contemporânea. Desafios latinoamericanos de la investigación de las interacciones em sociedad red. In JACKS, Nilda (coord./ed.). **Análisis de recepción em América Latina**: um recuento histórico com perspectivas al futuro. Quito. CIESPAL, 2011.
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade. Teresópolis, RJ: Novas Idéias, 2007.
- INSTITUTO METHODUS. Pesquisa e inteligência política. **Pesquisa com leitores de jornal, Pelotas**. Março de 2014. s/ed.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KNEWITZ, Anna Paula. **A leitura jornalística na contemporaneidade: novas e velhas práticas dos leitores de Zerohora.com**. 2010. 230 fl. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação/UFRGS, Porto Alegre.

MAGALHÃES, Mário Osório. **Opulência e cultura na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul**: um estudo sobre a história de Pelotas (1860-1890). Pelotas: Ed. Universitária/UFPeL; Livraria Mundial, 1993.

MCQUAIL, Denis. **Audience analysis**. London: Sage Publications, 1997.

NEVES, Helena de Araujo. **O Ensino Privado em Pelotas-RS na Propaganda Impressa**: séculos XIX, XX, XXI. 2012. 410f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação/UFPeL, Pelotas.

REVERBEL, C. **Um capitão da guarda nacional**: vida e obra de J. Simões Lopes Neto. Caxias do Sul: Martins Livreiro, 1981.

SALAVERRÍA, Ramón Aliaga. **Estructura de la convergência**. In: Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España. GARCÍA, José López; FARIÑA, José Pereira. Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.