

JORNALISMO ONLINE É O CAMINHO? UMA ANÁLISE DA TRANSIÇÃO TECNOLÓGICA DOS JORNAIS IMPRESSOS

ONLINE JOURNALISM IS THE WAY? A TRANSITION ANALYSIS TECHNOLOGY OF PRINTED NEWSPAPERS

Joiceli dos Santos Fabrício

Universidade Positivo - Faculdade Guairacá – PR

joicefabricao37@gmail.com

Jaiane Aparecida Pereira

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - UFMS

UEM - Universidade Estadual de Maringá – PR

jaiane.pereira@ufms.br

Marcia Cristiane Gruba

Universidade Positivo - Faculdade Guairacá – PR

grubayang@gmail.com

Danielle Denes dos Santos

Universidade Positivo – PR

danielle.carstens@universidadepositivo.com.br

Submissão: 29/11/2019

Aprovação: 23/03/2021

RESUMO

Este estudo teve por objetivo analisar de que forma as novas tecnologias estão impactando os jornais impressos no estado do Paraná. A partir de uma abordagem da teoria sociotécnica da inovação, foi realizada uma análise sobre as transformações tecnológicas ocorridas nos jornais impressos de pequeno e médio porte do interior do estado do Paraná. A metodologia utilizada foi qualitativa descritiva em duas fases. Na primeira fase foi enviado um questionário estruturado para os proprietários com 25 questões fechadas que foram disponibilizadas na plataforma *online* do *Google Drive*. A segunda fase consistiu de entrevistas em profundidade com doze proprietários gestores de jornais impressos pertencentes à Associação dos Jornais Diários do Interior do Paraná (ADI-PR). Como resultados observou-se que o impacto das transformações tecnológicas nas empresas pesquisadas é muito amplo, tendendo a modificar o seu modelo de negócio de forma profunda. Os resultados mostram ainda que mesmo com as transformações tecnológicas com impacto radical, como a Internet, existe uma co-evolução do jornal impresso, que se modifica de forma gradual e incremental e traz novas perspectivas para a adaptabilidade setorial. Ademais, observou-se que o maior desafio é o de monetizar o acesso aos jornais online, processo inerente à transição tecnológica pela qual o setor passa.

Palavras-chave: Capacidade transformativa de novas tecnologias; Jornais impressos; Transições sociotécnicas.

ABSTRACT

This study aimed to analyze how the new technologies are impacting newspapers printed in the state of Paraná. From an approach to the sociotechnical theory of innovation, an analysis was made of the technological transformations that occurred in the small and medium sized printed newspapers of the interior of the state of Paraná. The methodology used was descriptive qualitative in two phases. In the first phase a structured questionnaire was sent to the owners with 25 closed questions that were made available on the Google Drive online platform. The second phase consisted of in-depth interviews with twelve owners of printed newspapers belonging to the Association of Daily Newspapers of the Interior of Paraná (ADI-PR). As a result, it was observed that the impact of the technological changes in the companies surveyed is very broad, tending to modify their business model in a profound way. The results also show that even with technological changes with a radical impact, such as the Internet, there is a co-evolution of the printed newspaper, which changes gradually and incrementally and brings new perspectives for sectoral adaptability. In addition, it was observed that the biggest challenge is to monetize the access to the online newspapers, process that is part of the technological transition by which the sector passes.

Keywords: Transforming capacity of new technologies; Newspapers printed; Sociotechnical transitions.

1 INTRODUÇÃO

As mídias impressas encontram-se em um momento crítico, sobretudo os jornais impressos que estão em declínio, devido ao fortalecimento do material digital (MEYER, 2009). As novas tecnologias da informação e da comunicação, principalmente com a popularização da Internet, permitem uma rápida troca de informações entre pessoas e organizações, disseminando notícias de modo imediato (CASTELS, 2003; VENTURA, ROCA-CUBERES; CORRAL-RODRÍGUEZ, 2018). O impacto dessa “nova” forma de comunicação ocorre de maneira diferenciada nos diversos setores da economia. No caso dos jornais impressos, o impacto das transformações tecnológicas foi intenso, pois o desafio não contempla apenas a sua forma de inserção e crescimento, mas sim sua sobrevivência, ao preconizar uma mudança no próprio modelo de negócios do setor.

Os jornais impressos passam atualmente por um processo de transformação tecnológica, que envolve uma co-evolução de todos os atores setoriais e um processo de transição para novos modelos de negócios. Este processo de transformação foi profundamente analisado por Dolata (2013) em seus estudos sobre a capacidade transformativa das novas tecnologias e o seu impacto em um setor social. Em primeiro lugar, essas transformações permitem identificar pressões setoriais distintas, causadas por novas tecnologias. Em segundo lugar, considera-se o conceito da adaptabilidade setorial, que permite analisar a capacidade das estruturas, instituições e atores de um setor para antecipar e lidar com as pressões induzidas pela tecnologia para a mudança (DOLATA, 2013).

As mudanças tecnológicas somadas às transformações sociais, políticas, econômicas e culturais causam impacto no ambiente corporativo e a competência de mudar passa a ser considerada fator crítico para a continuidade das organizações (SANTOS; ROXO, 2017). Embora essa inter-relação de mudanças tecnológicas, socioeconômicas e institucionais possam ser encontradas em diversos conceitos científicos, recentemente tem ganhado destaque abordagens de sistemas sociotécnicos ou transições sociotécnicas (DOLATA, 2008; 2011; 2013; STRUNZ, 2014; FUENFSCHILLING; TRUFFER, 2016; ZHANG, 2016;

GEELS, SOVACOOOL, SCHWANEN; SORRELL, 2017; FUENFSCHILLING; BINZ, 2017; JEKINS, SOVACOOOL; MCCAULEY, 2018).

Considerando essa abordagem, observa-se que os jornais impressos já passaram por duas grandes transições do ponto de vista sociotécnico, a saber: o surgimento do rádio e, após, da televisão; e o surgimento e disseminação da Internet, na qual o volume e a atualização das informações não têm paralelo. Apesar disso, na avaliação da Associação Nacional de Jornais [ANJ] os jornais em papel continuam sendo um veículo popular e poderoso no relato e análise dos eventos que afetam a vida da sociedade, embora necessitem novas estratégias para se adaptar às tecnologias da comunicação emergentes (ANJ, 2018).

Diante deste cenário, o presente estudo tem por objetivo analisar de que forma as novas tecnologias estão impactando os jornais impressos no estado do Paraná a partir da visão dos gestores dessas empresas. O estudo está dividido em cinco seções. Além desta introdução, a seção dois traz uma revisão da literatura sobre a capacidade transformativa das novas tecnologias a partir de uma abordagem sociotécnica, seguida pelos procedimentos metodológicos na seção três e pela apresentação e análise dos resultados na seção quatro. Por fim, exibem-se as conclusões na seção cinco.

2 CAPACIDADE TRANSFORMATIVA DAS NOVAS TECNOLOGIAS: UMA ABORDAGEM SOCIOTÉCNICA

A sociedade influencia no desenvolvimento da tecnologia e é, ao mesmo tempo, fortemente impactada por ela, em um processo complexo e recursivo (KOHN; MORAES, 2007; SILVA, CORREIA; LIMA, 2010). Dolata (2013) destaca que a tecnologia é um fator relevante que afeta a transformação socioeconômica e institucional no nível do setor empresarial. Para o autor, as transformações substanciais devem ser retratadas por meio de mudanças que transcorrem de forma gradual.

As mudanças setoriais podem ser analisadas como um processo sucessivo de reajustes organizacionais, estruturais e institucionais, que ocorrem entre continuidades de trajetória e rupturas radicais (DOLATA, 2013). Como os sistemas sociotécnicos são relativamente estáveis, devido às regras formais e informais altamente institucionalizadas, a mudança e a inovação nos sistemas podem ser desenvolvidas por meio de inovações incrementais e atreladas ao *path-dependence* (FUENFSCHILLING; BINZ, 2017). Ou seja, uma vez que se tenha adotado uma trajetória específica, seria necessário um grande esforço ou até mesmo um choque externo para alterar a direção e o curso das instituições em momentos posteriores (BERNARDI, 2012).

O sistema sociotécnico tem como característica classificar os sistemas em dois subsistemas, o social e o técnico, destacando-se que o subsistema social está relacionado aos produtores e suas características, e o técnico às tarefas e às condições técnicas para sua realização (CARSTENS, 2016).

De forma geral, as transformações têm sido difundidas por meio da inovação e dos sistemas nacionais de inovação. Para Schumpeter (1912; 1984) a inovação pode ser vista a partir do termo destruição criativa, que ocorre quando uma nova estrutura econômica revoluciona e destrói a velha estrutura, criando uma completamente nova. Complementarmente, Nelson (1993) estabeleceu conexões entre os sistemas econômicos e as inovações, criando as bases para os sistemas de inovação. Os sistemas nacionais de inovação, por sua vez, podem ser vistos por meio de uma análise histórica e sociotécnica do crescimento e da mudança tecnológica (CARSTENS, 2016). Portanto, considera-se a literatura das transições sociotécnicas para compreender essas mudanças de modo dinâmico.

As transições sociotécnicas, a partir de uma perspectiva multinível, analisam as

transições dos sistemas por meio do alinhamento dentro e entre três níveis: (1) o sistema sociotécnico em si, que é estabilizado por mecanismos como investimentos irrecuperáveis, competências essenciais e comprometimentos institucionais, mas que podem mudar de forma incremental considerando o *path dependence*; (2) inovações de nicho, que diferem do sistema dominante, mas podem se firmar em áreas geográficas ou nichos de mercado específico, podendo envolver ainda apoio político; e (3) desenvolvimentos exógenos como tendências de mudanças lentas, como dados demográficos e ideologias, ou ainda por choques que desestabilizam o sistema, como as crises econômicas e guerras (GELLS *et al.*, 2017).

Observa-se que as transformações dependem do contexto institucional e organizacional, todavia reitera-se que os atores desempenham um papel mediador entre os dois pilares de um sistema sociotécnico, que são as instituições e a tecnologia (FUENFSCHILLING; TRUFFER, 2016).

No caso das mudanças tecnológicas, Dolata (2013) reitera que as principais mudanças não ocorrem como eventos únicos no curto prazo, mas sim são susceptíveis a diversas modificações em períodos mais longos de tempo, caracterizados por negociação, disputa e descontinuidade, bem como por uma infinidade de mudanças inter-relacionadas.

Nesse caso, o processo de transformação induzido pela tecnologia pode ser visto a partir de categorias analíticas, como mostrado na Figura 1.

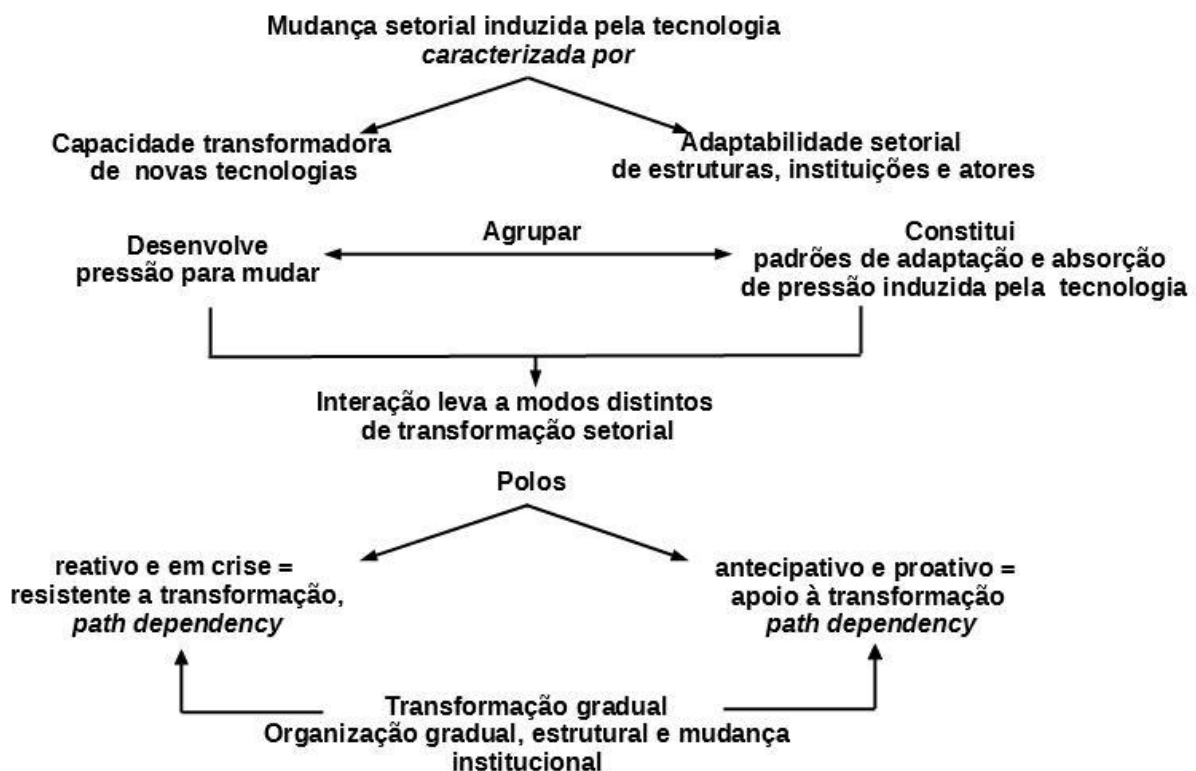


Figura 1. Transformação induzida pela tecnologia

Fonte: Dolata, U. (2013). *The transformative capacity of new technologies: a theory of sociothechnical change*. New York: Routledge, 2013. Tradução nossa.

Observa-se na Figura 1 que a transformação gradual pode ser resistente a transformação ou apoiá-la, dependendo da mudança setorial induzida pela tecnologia, se ela é caracterizada pela capacidade transformadora de novas tecnologias ou se pela adaptabilidade setorial de estruturas, instituições e atores.

As transformações setoriais induzidas por tecnologia, tipicamente tomam a forma de períodos de busca, seleção e contenção de longo prazo que podem persistir ao longo de várias

décadas (DOLATA, 2008). Para o autor, uma vez que as mudanças graduais se acumulam, elas levam a ajustes substanciais e podem alterar profundamente o modo de regulação de um setor e as figurações de atores, que não ocorrem de modo abrupto, mas sim podem persistir ao longo de décadas.

As tecnologias polivalentes ou os novos conjuntos de tecnologias que afetam vários setores abrem oportunidades setoriais específicas de utilização, aplicação e transformação. Quanto mais uma nova tecnologia afeta os padrões da atividade socioeconômica existente em um determinado setor, e quanto menos puder ser implementada, utilizada e eficientemente explorada dentro da estrutura institucional e organizacional existente do setor, maior será a pressão sobre o setor e seus atores para que sejam submetidos mudança significativa (DOLATA, 2013).

Dolata (2011) busca explicar o modo como a tecnologia afeta a transformação socioeconômica por meio de um quadro teórico, que analisa a transição e o realinhamento gradual das transformações tecnológicas, como mostrado na Figura 2.



Figura 2. Modos e variantes da transformação gradual

Fonte: Dolata, U (2011). Radical change as gradual transformation: characteristics and variants of socio-technical transitions. SOI Discussion Paper, University of Stuttgart. Tradução nossa.

Como descreve a Figura 2, dentre os modos de transformação gradual há um *continuum* que vai do passivo/reactivo ao ativo/proativo. Assim o período de transformação é formado, primeiramente, por meio da combinação ponderada de diferentes modos de mudança. Em cada período de mudança substancial, diferentes modos de transformação gradual se misturam e se interligam de maneiras específicas, formando variantes distintas de transformação gradual. Na análise de Dolata (2011), o alcance da transformação pode ser orientado pela reforma ou de forma radical. As mudanças incrementais e arquitetônicas são orientadas pela perspectiva da reforma, enquanto a mudança substitutiva se caracteriza como radical.

De forma geral, o autor explica que “a fim de especificar as características de um período de mudança, os modos formativos de transformação gradual têm que ser identificados, ponderados e correlacionados dinamicamente, caso a caso” (Dolata, 2011, p. 21).

A partir dessas considerações, Dolata (2013) propõe uma forma de analisar empiricamente a mudança setorial baseada em tecnologia, por meio de três conceitos associados: capacidade transformativa, adaptabilidade setorial e transformação gradual. O primeiro mostra a capacidade transformativa das tecnologias e como tecnologias radicalmente novas exigem maior ou menor grau de organização, estrutura e instituição (DOLATA, 2013).

Com relação ao segundo conceito, adaptabilidade setorial, o autor discute até que ponto atores e instituições são capazes de antecipar e se envolver com os efeitos, ou potenciais efeitos sobre organização, estruturas e instituições emergentes de novas tecnologias. A maneira como os atores induzem essas mudanças em seus diversos níveis determina a eficiência da adaptabilidade. Nessa fase, uma série de mudanças inter-relacionadas acontecem (DOLATA, 2013).

O terceiro conceito, transformação gradual, está relacionado às mudanças socioeconômicas e como elas se desenvolvem ao longo do tempo. Dolata (2011) analisa como acontecem os processos de realinhamento gradual dos setores e como são capazes de mudar apenas após um período de tempo mais longo.

De modo geral, discute-se que compreender as várias transformações setoriais, torna-se importante no sentido de repensar as futuras ações em nível tecnológico, econômico, político e social. Ao pesquisar jornais americanos, Karimi e Walter (2016) analisam que não apenas a Internet e a digitalização, mas também a chegada de grandes empresas de notícias e informações, atrapalharam os modelos tradicionais de negócios das empresas jornalísticas trazendo sérias preocupações sobre a viabilidade futura da indústria de jornais impressos.

Corredoira e Sood (2015) sugerem que neste processo de transformação, os jornais digitais se espelham na indústria de entretenimento, na qual podem encontrar novos leitores no segmento de consumidores digitais que já “pagam” por conteúdo digital, incluindo streaming de filmes e shows de televisão. Porém, essa visão não é unânime entre os pesquisadores, pois como afirma Werzbitzki (2014) os jornais digitais têm acumulado prejuízos no mundo todo, menos o *Los Angeles Times*, onde o digital para as contas do impresso.

É importante ressaltar que a transição sociotécnica afeta ainda diversos outros setores. Strunz (2014) faz uma análise do projeto de transformar o sistema energético alemão em um sistema baseado em fontes de energia renováveis, concluindo que várias transformações estão ocorrendo para isso, tanto no desenvolvimento tecnológico, quanto no discurso político.

Outros estudos também foram realizados com base no *framework* da transição sociotécnica, como Fuenfschilling and Truffer (2016), que mostram os desenvolvimentos recentes do setor de águas da Austrália; e Zhang (2016), que analisa a transição tecnológica de redes de segunda geração (2G) para terceira geração (3G) na China. Além disso, Geels *et*

al. (2017) discutem a importância de aceleração das transições sociotécnicas para uma profunda descarbonização.

Por fim, vale ressaltar que, enquanto nos países desenvolvidos as discussões acadêmicas ocorrem no sentido de ampliar as fronteiras do crescimento econômico, aumento da eficiência e contínua especialização e fragmentação (LOORBACH, 2007), nos trópicos a luta pela sobrevivência de alguns setores têm assumido processos complexos de mudanças, como o caso dos jornais impressos.

2.1 BREVE REFLEXÃO SOBRE JORNAIS IMPRESSOS

Os jornais impressos têm uma longa história que começa na Roma Antiga. Os historiadores estão de acordo que o primeiro jornal impresso foi o chamado *Acta Diurna*, que surgiu pela ordem do imperador Júlio César, em Roma cerca de 59 A.C. O propósito do imperador era informar o público sobre os mais importantes acontecimentos sociais e políticos, e então, ordenou que os eventos programados fossem divulgados nas principais cidades, por meio de grandes placas brancas que eram escritas e expostas em lugares públicos populares (ANJ, 2018).

Embora haja relatos de que os primeiros jornais tenham surgido na China do século VIII, sob a forma de boletins escritos à mão, foi com a prensa, inventada por Johann Gutenberg em 1447, que os jornais impressos entram na era da modernidade. Já em 1556, o governo veneziano publicou o *Notizie scritte*, pelo qual os leitores pagavam com uma pequena moeda conhecida como “gazetta” (Barber, 2002). Alemanha, Inglaterra e França foram os primeiros países a instituírem o jornalismo diário.

No Brasil, a imprensa teve um nascimento tardio, como tardios foram o ensino superior, as manufaturas, a própria independência política e a abolição da escravatura (ANJ, 2018). Ainda segundo a ANJ (2018) são estes fatores que geraram um legado de analfabetismo e concentração da renda, que significaram condicionantes da evolução da imprensa brasileira ao impedir que o público leitor nacional atingisse o percentual registrado em países com economia de porte semelhante ou maior.

A imprensa brasileira tem duas datas como marcos fundadores: o lançamento, em Londres, do Correio Braziliense, em 1º de junho (atualmente tido como dia da Imprensa), e a criação da Gazeta do Rio de Janeiro, em 10 de setembro, ambos de 1808 (ANJ, 2018). Conforme Barber (2002) entre 1890 e 1920, houve o período conhecido como “anos dourados” da mídia. Nesta época, os veículos impressos reinaram absolutos como o principal meio de captação e difusão da informação.

O primeiro desafio de transição de tecnologia ocorre, por volta dos anos 1920. Nesta época, o rádio explodiu no cenário da mídia. Como as novas tecnologias de mídia de hoje, a evolução dessa fonte barata e alternativa de informações gerou a ideia de que o rádio destruiria a indústria de jornais (WAN-IFRA, 2017).

Dessa maneira, os jornais foram obrigados a reavaliar seu papel como principal fonte de informação da sociedade. Porém, assim que os jornais conseguiram se adaptar à novidade do rádio, viram-se obrigados a fazer uma auto avaliação à luz de um novo e poderoso veículo: a televisão, que fez com que se reduzisse o consumo de jornais em 30% nos EUA, entre 1940 e 1990. Apesar da queda brusca, a onipresença da televisão não tornou o jornal obsoleto (WAN-IFRA, 2017).

Para Melech (2011) é urgente e relevante discutir e recuperar a finalidade da imprensa, que é a capacidade de informar com rapidez, qualidade e responsabilidade social. Os jornais impressos estão inseridos no emergente paradigma da convergência. Segundo essa

perspectiva, novas e antigas mídias estão interagindo e de forma cada vez mais complexa. A convergência opera como uma força pela unificação, mas está longe de uma estabilidade perfeita entre os meios de comunicação (JENKINS, 2008).

Essa convergência parece representar uma mudança no modo como acontecem as relações do público com as mídias, pois o leitor se tornou também autor das notícias e neste contexto, o que é “verdade” ou não, torna-se confuso (Melech, 2011). Essa discussão suscita outros importantes debates, já que não apenas o jornalismo impresso, mas o próprio jornalismo vem se fragilizando (WAN-IFRA, 2017)

Como afirma Melech (2011) a história do jornalismo brasileiro vivencia importantes momentos, uma fase de transição entre as antigas tecnologias analógicas e as novas tecnologias digitais. O público ganhou espaço com as novas tecnologias e agora está exigindo o direito de participar intensamente desta nova cultura (JENKINS, 2008). Segundo a ANJ (2018), a imprensa não havia enfrentado desafios de tamanha envergadura no mercado brasileiro, sendo que os jornais brasileiros têm feito ajustes como as versões dos jornais nas múltiplas plataformas.

Pesquisadores mais otimistas acreditam que há uma razoável vantagem da multimídia como possibilidade inesgotável de um espaço em construção permanente (MELECH, 2011). Para a ANJ (2018), a atual revolução tecnológica gera novos desafios e oportunidades para a mídia tradicional, já que nunca houve tantas informações disponíveis para tantas pessoas. No final dos anos de 1990, havia cerca de 700 sites na Internet; hoje se contam aos milhares e crescem em velocidade exponencial (ANJ, 2018).

Esse processo traz uma mudança nos padrões de propriedade dos meios e impacta principalmente o modo como são consumidos estes meios, uma transformação, tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir. Envolve não apenas materiais e serviços produzidos comercialmente, mas ocorre quando as pessoas começam a assumir o controle das mídias (JENKINS, 2008). Ou seja, se os antigos consumidores eram passivos, hoje eles são extremamente ativos, migratórios, conectados socialmente e barulhentos, de grande expressividade pública. Além disso, o hábito de ler o jornal diário tem diminuído e as vendas têm caído, o que se coloca como um desafio às empresas, já que os indivíduos estão expostos a uma superabundância de informações, que só tendem a aumentar com a convergência tecnológica (ARAÚJO, 2010).

As dificuldades dos jornais impressos quanto às novas tecnologias possuem duas principais vertentes. Por um lado, a audiência vem caindo, dada a proliferação de notícias gratuitas na Internet. Por outro, a Internet modificou também as decisões de empresas que, tradicionalmente, utilizavam os jornais impressos para divulgar seus produtos e se comunicar com o mercado (ALCADIPANI, 2007).

Dentre as estratégias para os jornais, estão a redução de custos e a ampliação da presença *online*. Em sua pesquisa, Wegner, Brambilla, Moura, Gaspary e Agnes (2014) reiteram que as empresas de jornal têm que produzir conteúdo interessante aos clientes, independente do ambiente, virtual ou impresso, e criar laços com seus leitores através da interatividade que as mídias proporcionam.

A qualidade de conteúdo também foi apontada como a grande arma do jornal para sobreviver, sendo a principal estratégia para atrair novos leitores, criar uma versão digital. Essa versão digital tende a aproximar os leitores, permitindo que o próprio leitor contribua a produzir o conteúdo que será oferecido a ele (WEGNER *et al.*, 2014). De modo geral, discute-se que o debate é relevante e abre diversas possibilidades, principalmente pelo aumento de notícias falsas, as chamadas *fake news*, que causam falta de confiança nos leitores.

Diante dos dados, observa-se que o setor passou por grandes e significativas transformações influenciadas pela tecnologia, que gradualmente impactaram no contexto institucional e organizacional, como discutem Dolata (2008; 2011; 2013) e Fuenfschilling e

Binz (2017).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa tem característica qualitativa descritiva, com o propósito de analisar de que forma as novas tecnologias possuem poder transformativo sobre o modelo de negócio dos jornais impressos no estado do Paraná. A pesquisa qualitativa é orientada para a análise de casos concretos em sua particularidade temporal e local, permitindo compreender o contexto em que o fenômeno estudado está inserido (Flick, 2009). Neste caso, o contexto dos jornais impressos do interior do Paraná. A pesquisa descritiva, por sua vez, busca avaliar e descrever características relacionadas ao objeto pesquisado (COLLINS; HUSSEY, 2005).

Para atingir o objetivo proposto, foram coletados dados secundários e primários. Os dados secundários foram coletados, além da bibliografia sobre transição sociotécnica, por meio de documentos e relatórios sobre os jornais impressos. Foram analisados artigos e matérias publicadas na imprensa local, que contribuíram para a construção de uma panorama do setor no que se refere ao impacto que as novas tecnologias digitais estão trazendo para os jornais impressos do estado do Paraná.

Os dados primários foram coletados em março de 2017 em duas fases. Na primeira fase, para fins de levantamento, foi enviado um questionário estruturado para os proprietários de jornais impressos de circulação diária pertencentes à Associação dos Jornais Diários do Interior do Paraná [ADI-PR]. O questionário continha 25 questões fechadas que foram disponibilizadas na plataforma *online* do *Google Drive*.

O questionário buscou levantar o perfil das empresas respondentes, como porte, número de funcionários, faturamento e informações sobre a circulação dos jornais. Foram obtidas 12 respostas. Em um segundo momento, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os 12 proprietários que responderam o questionário, sendo aqui denominados de (P1) a (P12). Na fase 2 foram realizadas entrevistas com gestores dos jornais que responderam à fase 1, acessados via telefone, com duração média de 20 minutos, sendo as mesmas gravadas e posteriormente transcritas para a realização de análise de conteúdo.

A técnica de análise de conteúdo foi utilizada para a análise dos dados, que dividiu as informações em temas e agrupou as respostas dos respondentes para a identificação de similaridades e consolidação de resultados. A seguir apresentam-se os resultados encontrados.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A análise inicia-se com a apresentação das empresas investigadas, e em seguida a visão dos entrevistados sobre as mudanças causadas pela tecnologia bem como as decorrentes ameaças, oportunidades e ações do setor.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS JORNAIS IMPRESSOS NO INTERIOR DO PARANÁ

A ADI-PR foi fundada em 7 de novembro de 1994 e faz parte da Associação de Diários do Interior do Brasil [ADI-BRASIL]. Com 24 anos de atuação, está presente em 366 municípios do Estado e conta com 22 jornais associados. Os jornais associados a ADI-PR, representam uma média de 255 mil exemplares por dia e atingem cerca de 1.500.000 leitores (ADI-PR, 2018). Em termos de cobertura estão presentes em todas as regiões do Estado, com mais de 60% da população atingida.

No início da coleta de dados foi realizada uma tentativa de censo e, dos 22 associados à ADI-PR, obteve-se 12 respondentes ao estudo. A amostra, apesar de pequena, é considerada representativa da população analisada. A partir das respostas, pode-se constatar que as

empresas de jornais impressos participantes da pesquisa são caracterizadas como de alcance regional, atendem aproximadamente 46 municípios, com média de 5.446 assinantes, o que resulta em torno de 32.352 exemplares por semana, com circulação que varia de 2 até 7 dias por semana.

As empresas são classificadas como de pequeno e médio porte, uma vez que possuem faturamento anual médio de R\$ 7,7 milhões de reais e contam aproximadamente com 69 colaboradores em média. Além disso, constatou-se que o número de páginas impressas em cada edição varia de 12 a 48.

4.2 ENTREVISTAS POR TELEFONE COM OS GESTORES

Embora as empresas enfrentem vários desafios, quando se trata dos últimos cinco anos, os entrevistados reiteraram que houve crescimento em torno de 10% nos negócios. O número de clientes cresceu apenas 4% e houve um aumento significativo com relação às receitas obtidas *online*. Apesar dos números positivos, a maioria dos entrevistados afirma que não é possível pagar as despesas das atividades *online* com a receita obtida *online*.

Werzbitzki (2014) explica que, por exemplo o jornal Gazeta do Povo, além de fechar o jornal de papel, também demitiu 200 funcionários e reduziu seu espaço físico, saindo de sua tradicional sede na Praça Carlos Gomes para uma sala comercial mais compacta na região do Centro Cívico de Curitiba, capital do Paraná.

Com relação às plataformas *online*, 11 das empresas investigadas fazem uso de tal ferramenta. Dentre essas empresas, cinco delas afirmaram que a inserção dos jornais em plataformas *online* resultou na redução das vendas em bancas. Como consequência da diminuição das vendas de exemplares impressos também é possível verificar a adoção de estratégias que visem a terceirização das atividades de distribuição e de impressão, dos entrevistados, sendo que cinco já adotaram este método. “Todas as empresas enfrentam o contínuo desafio de definir e desenvolver produtos e serviços que os clientes irão comprar. Mas, apesar dos melhores esforços a maioria das tentativas de criar produtos e serviços novos e bem sucedidos falha” (Christensen & Raynor, 2003).

De acordo com os entrevistados, esse cenário reflete uma transição no setor, a saber: a necessidade de migração para plataforma *online*. A pesquisa permite observar que o perfil dos clientes está mudando, afetados pelas novas tecnologias que influenciam os atores e seu cotidiano, como discutem Fuenfschilling e Truffer (2016). Dos entrevistados, oito afirmam se utilizar de pesquisas de mercado para monitorar as mudanças que tem acontecido na sociedade, conhecer as preferências, necessidades e desejos de seu público-alvo. Esse monitoramento traz subsídios para a tomada de decisões e planejamento de ações.

Referindo-se a planejamento, metade dos entrevistados assegura que pretende ampliar o número de exemplares físicos e dez dos entrevistados pretendem manter o número de dias de circulação dos jornais. Com relação ao conteúdo *online*, 11 dos respondentes pretendem ampliar essa modalidade. Isso mostra a transição do jornal impresso para aquele disponível em outros tipos de plataformas digitais. Vale ressaltar que a dinâmica setorial descrita até o momento reflete uma tendência de mudanças ambientais, influenciada pela tecnologia, de acordo com as percepções de Dolata (2013) e Santos e Roxo (2017).

Karimi e Walter (2016) defendem que o desafio diante das empresas jornalísticas é encontrar maneiras de mudar seu negócio de impressão inflexível e caro, aproveitando a Internet, a digitalização e a publicação de jornais digitais de tal forma que as pessoas não apenas obtenham qualquer informação a qualquer hora e em qualquer lugar, mas também possam publicar seu próprio conteúdo à vontade.

Diante dessas mudanças, torna-se importante que os gestores se posicionem frente às ameaças e oportunidades para garantir a continuidade de seus negócios. As mudanças por

parte dos indivíduos são vistas, em um primeiro momento, como uma ameaça pelos entrevistados, principalmente a ascensão da Internet e das mídias sociais. Esta posição está em consonância com o que afirmam Christensen e Raynor (2003). Para eles, dentre as diversas abordagens que as empresas podem adotar para focar a inovação disruptiva os gestores precisam enquadrar a interrupção como uma ameaça para garantir compromissos de recursos e, em seguida, mudar o enquadramento para a equipe encarregada de construir o negócio para ser uma busca de oportunidades de crescimento.

O entrevistado P1 reitera que percebe “mudanças no perfil do leitor, abandono do impresso, grandes grupos de mídia além de Facebook e Google”. Essas mídias permitem ao leitor conteúdos gratuitos e muitas vezes com qualidade, o que resulta na mudança de hábito dos leitores.

O entrevistado P3 salienta que “produzir conteúdo de qualidade custa caro e as pessoas em geral não estão dispostas a pagar por isso”. Esse é um grande desafio, pois ao se inserir em plataformas *online* e reduzir a comercialização dos jornais impressos, as empresas acabam por ter um aumento de custos, uma vez que a equipe permanece para preparar o material a ser publicado na plataforma *online* e a receita diminui. Neste sentido, P5 menciona que pode ocorrer “a acomodação da equipe. Se a equipe estiver pronta para se adaptar às mudanças necessárias, não há o que temer”, caso contrário, as mudanças podem gerar transtornos.

Outra ameaça refere-se à redução na procura de espaços para anúncios e publicidade por causa das redes sociais. De modo geral, os entrevistados citam que tem buscado a produção de conteúdo local, focando na melhoria de conteúdo para ter informações mais voltadas ao público local. Além disso, eles reiteram que tem aumentado a presença *online*, investimento em Internet, na tentativa de obter lucro nas operações *online* para compensar a queda do jornal em papel.

O entrevistado P4 buscou adequar “a produção de conteúdo para atender tanto os leitores do jornal impresso quanto os leitores das plataformas digitais”. Alguns entrevistados afirmam que as mudanças não têm sido tão rápidas quanto se esperava, uma vez que o jornal impresso tem características que atendem certo público, enquanto a Internet é mais dinâmica. Por esse motivo, para alguns a estratégia foi diminuir a área de abrangência e o número de dias de circulação do jornal impresso.

Embora os entrevistados estejam conscientes da necessidade de mudanças, alguns ainda não se adequaram à nova realidade. Além disso, aqueles que estão investindo em novas tecnologias, relatam que não tiveram retorno sobre os investimentos, como P3. Conforme Karimi e Walter (2016) quanto mais as empresas jornalísticas atuam de maneira empreendedora, maior a probabilidade de conseguir adotar um modelo de negócios disruptivo em resposta à ruptura digital.

Além das ameaças descritas, as mudanças também têm apresentado oportunidades. Para P1 a oportunidade está em “diversificar as fontes de receitas, monetizar o conteúdo *online*, criar e fortalecer a assinatura digital”. Ademais, também foi citada a importância de segmentar o público e buscar a especialização em conteúdo local e regional, ocasionando a “melhor cobertura do dia a dia da comunidade” (P10). Neste sentido, uma oportunidade pode ser “a busca por novos clientes que antes não sentiam a necessidade de anunciar” (P12).

No que se refere a oportunidades para o setor, aparece com frequência menção da segmentação de conteúdo, a existência de diferentes perfis de leitores é vista por parte do setor como oportunidade para atuação em nichos. O forte aumento das chamadas *fake news* também foi citado como uma oportunidade de fortalecimento dos veículos tradicionais (P3).

Diante desse contexto, os entrevistados foram unânimes em citar que suas estratégias para manter seu negócio ativo no mercado, é a migração para o conteúdo *online*. Para tanto, uma alternativa consiste na criação de conteúdos que sejam mais interativos, neste sentido o

P6 afirmou que a tendência é reduzir “gradativamente a estrutura do jornal impresso, sempre tentando manter a conta no positivo e investir em mídia *online* e novos canais de conexão com o leitor. Investimento em eventos aproveitando o poder da marca da empresa na região, enquanto há tempo”.

Enfim, a análise das entrevistas permitiu observar que as novas tecnologias têm afetado as empresas de jornais impressos no interior do Paraná e, que estas tecnologias têm contribuído para mudanças no perfil, desejo e necessidades das pessoas. No caso específico dos jornais impressos no interior do Paraná, pode-se notar que as transformações têm afetado as empresas, uma vez que houve uma mudança na forma como as informações são divulgadas e estão disponibilizadas. A adoção de tecnologias a partir da Internet, fez com que muitos leitores migrassem para as mídias digitais, e isso tem forçado as empresas a se adaptar e a buscar novas formas de interação com este público.

Embora isso tenha ocorrido, todos os jornais impressos da ADI-PR ainda estão em circulação, o que corrobora a discussão sobre como as mudanças, mesmo aquelas com impacto radical como a Internet, vão se inserindo incremental e gradualmente, devido às instituições e ao *path dependence* (DOLATA, 2008; FUENFSCHILLING; BINZ, 2017; GELLS *et al.*, 2017).

A Figura 3 traz um resumo dos principais achados identificados no estudo no que concerne a visão dos entrevistados sobre as dificuldades, oportunidades e ações que da transição tecnológica tem propiciado aos jornais impressos do interior do Paraná.

Dificuldades	Oportunidades	Ações
Redução da venda de exemplares em banca	Aumento das receitas <i>online</i> por meio de captação de anunciantes	Pesquisa de mercado
Redução de anunciantes	Diversificação das receitas	Terceirização
Mudança no perfil do leitor	Ampliação dos exemplares físicos	Investimentos em mídia <i>online</i>
Conteúdo gratuito gerado pelo Google e Facebook	Se posicionar como meio de combater as fake news	Novos canais de conexão com o leitor.
Muitos leitores estão migrando para as mídias digitais	Segmentação de conteúdo aproveitando a existência de diferentes perfis de leitores para atuar em nicho	Investimento em eventos aproveitando o poder da marca da empresa na região

Figura 3. Resumo das principais dificuldades, oportunidades e ações

Fonte: Autores com base na pesquisa de campo.

Observa-se que, apesar das dificuldades, oportunidades podem ser vislumbradas o que remete a ações para que o setor possa, como já fez em outros momentos históricos, persistir e se adaptar.

5 CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo analisar de que forma as novas tecnologias estão impactando os jornais impressos no estado do Paraná. A partir da análise dos resultados foi possível observar que novas tecnologias, especialmente de jornalismo digital, trouxeram uma mudança no modelo de negócio adotado por muitas organizações do setor, modificando a

forma como as empresas atendem seus clientes e transformando seus modelos de negócios. Contudo, a sobrevivência do jornal impresso, mostra que mesmo as transformações tecnológicas com impacto radical, como a Internet, vão se inserindo de forma gradual e incremental, o que confere a oportunidade para adaptabilidade setorial, nos termos de Dolata (2013), em um processo de co-evolução das empresas do setor.

Os entrevistados estão cientes das mudanças e, em sua maioria, acompanhando essas mudanças e se inserindo no mercado *online*. Apesar disso, percebe-se as dificuldades de gerir esse “novo” negócio e de obter lucro nas operações *online*, ou seja, ainda é necessário buscar como monetizar o acesso aos jornais via Internet. A condução da equipe as mudanças também aparecem como um desafio, já que existe uma tendência a segmentar o público alvo. Por outro lado, observa-se que as ameaças podem se traduzir em oportunidades para aquelas empresas abertas à mudança. Poucas ações efetivas puderam ser detectadas em nossa pesquisa.

Para Karimi e Walter (2016) é preciso que os jornais mantenham uma cultura inovadora incentivando a criatividade ao mesmo tempo que aprendem sobre diferentes modelos de negócios.

Sendo assim, percebe-se que o processo de mudança ainda se encontra em estágio inicial de um processo de transição tecnológica, uma vez que há uma perspectiva de atuação *online*, mas que atualmente não consegue ser monetizada. Neste sentido, entre os questionamentos sobre as perspectivas para o setor, poderiam ser alvo de estudos futuros, questões como: de que maneira o conteúdo *online* pode ser monetizado no Brasil? Como os jornais regionais podem se inserir de forma rentável na internet? Ou ainda, quais tecnologias e parcerias podem ser usadas para melhorar a atuação das empresas.

Por fim, cabe ressaltar que essas mudanças foram observadas a partir de informações de natureza descritiva, não sendo possível a realização de inferências mais robustas em função do baixo número de empresas participantes da pesquisa, constituindo-se como uma limitação. Assim, embora os apontamentos sejam importantes no sentido de compreender as mudanças e seus impactos, novas pesquisas precisam ser desenvolvidas considerando os achados aqui descritos. Como sugestões de pesquisa seria importante que esta investigação fosse realizada com jornais impressos em outras regiões do país ou ainda retomada daqui alguns anos, uma vez que o processo de transição tecnológica tende a levar as empresas do setor a co-evolução e a um processo de transformação de seus modelos de negócios.

REFERÊNCIAS

- ADI-PR. Associação dos Jornais Diários do Interior do Paraná. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.adipr.com.br/j/index.php>>. Acesso em: 06 mai. 2018.
- ALCADIPANI, R. O declínio dos jornais. **GV Executivo**, v. 6, n. 2, 2007.
- ANJ. **Associação Nacional de Jornais**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/site>>. Acesso em: 06 mai. 2018.
- ARAÚJO, A. S. Jornal impresso.com: o desafio da participação online no fazer jornalístico em tempos de convergência. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 7, n. 1, 2010.
- BARBER, P. A Brief History of Newspapers. **Historic Newspapers and Early Imprints**, 2002. Disponível em: <<http://www.historicpages.com/nprhist.htm>>. Acesso em: 08 abr. 2018.
- CARSTENS, D. D. S. **Um sol para cada um: um modelo de governança para o uso e a disseminação da energia solar no Brasil**. 2016. Tese (Doutorado)-Universidade Positivo, Curitiba-PR, 2016.
- CASTELLS, M. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CHRISTENSEN, C. M.; RAYNOR, M. E. The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth. **Harvard Business School Publishing**, 2003.
- COLLINS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- CORREDOIRA, L.; SOOD, S. Meeting new readers in the transition to digital newspapers: Lessons from the entertainment industry. **El profesional de la información**, v. 24, n. 2, p. 138-148, 2015.
- DOLATA, U. The transformative capacity of new technologies: how innovations affect sectoral change: conceptual considerations. Discussion Paper, **Max-Planck**, Cologne, 2008.
- DOLATA, U. Radical change as gradual transformation: characteristics and variants of socio-technical transitions. SOI Discussion Paper, **University of Stuttgart**, 2011.
- DOLATA, U. **The transformative capacity of new technologies: a theory of sociothechnical change**. New York: Routledge, 2013.
- BERNARDI, B. B. O conceito de dependência da trajetória (path dependence): definições e controvérsias teóricas. **Perspectivas**, São Paulo, v. 41, jan./jun., p. 137-167, 2012.
- FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FUENFSCHILLING, L.; TRUFFER, B. The interplay of institutions, actors and technologies in socio-technical systems – An analysis of transformations in the Australian urban water sector. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 103, p. 298-312, 2016.
- FUENFSCHILLING, L.; BINZ, C. Global socio-technical regimes. Papers in Innovation Studies. **Circle, Lund University**, 2017.
- GEELS, F.; SOVACOOOL, B. K.; SCHWANEN, T.; SORRELL, S. Sociotechnical transitions for deep decarbonization. **Science**, v. 357, n. 6357, p. 1242-1244, 2017.
- JENKIN, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- JEKINS, K.; SOVACOOOL, B. K.; MCCAULEY, D. Humanizing sociotechnical transitions through energy justice: an ethical framework for global transformative change. **Energy Policy**, v. 117, p. 66-74, 2018.

- KARIMI, J., & WALTER, Z. Corporate Entrepreneurship, Disruptive Business Model Innovation Adoption, and Its Performance: The Case of the Newspaper Industry. **Long Range Planning**, v. 49, p. 342–360, 2016.
- KOHN, K.; MORAES, C. H. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da sociedade da informação e da sociedade digital. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007, Santos. **Anais...** Santos: INTERCOM, 2007.
- LOORBACH, D. A. **Transition Management**: new mode of governance for sustainable development. Netherlands: AD Druck, 2007.
- MELECH, E. Diários sem papel: o presente e o futuro do jornalismo impresso sob o impacto das novas tecnologias. In: VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 8., 2011, Guarapuava, PR. **Anais...** Guarapuava: ALCAR, 2011.
- MEYER, P. **The Vanishing Newspaper**: saving journalism in the information age. 2. ed. Columbia, MO: University of Missouri Press, 2009.
- NELSON, R. **National Innovation Systems**: a comparative analysis. Oxford University Press, 1993.
- SANTOS, M. Z.; ROXO, L. A. T. Mudança Organizacional: percepções quanto à modernização da prestação de serviços de assessoria como fator diferencial estratégico. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica**, v. 7, p. 53-76, 2017.
- SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1912.
- SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.
- SILVA, A. K. A.; CORREIA, A. E. G. C.; LIMA, I. F. O conhecimento e as tecnologias na sociedade da informação. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, 2010.
- STRUNZ, S. The German energy transition as a regime shift. **Ecological Economics**, v. 100, p. 150-158, 2014.
- VENTURA, R.; ROCA-CUBERES, C.; CORRAL-RODRÍGUEZ, A. Interactive Digital Communication: assessment of professionals, teachers and students in the area of communication on academic competences and professional profiles. **Revista Latina de Comunicación Social**, v. 73, p. 331-351, 2018.
- WAN-IFRA. The World Association of Newspapers and News Publishers. **Preserving journalism's legacy**. Disponível em: <<https://blog.wan-ifra.org/2017/06/28/preserving-journalisms-legacy>>. Acesso em: 30 jun. 2017.
- WEGNER, D.; BRAMBILLA, F. R.; MOURA, G. L.; GASPARY, E.; AGNES, J. I. Estratégias de Pequenos Jornais Impressos em tempos de Internet: um Estudo com leitores e Diários do Rio Grande do Sul. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo - ReAT**, v. 5, n. 3, p. 508-524, 2014.
- WERZBITZKI, J. J. **Crise no Grupo RPC/Gazeta do Povo leva ao fechamento da à“TV**. 14 dez. 2014. Disponível em: <<https://www.esmaelmorais.com.br/2014/12/crise-no-grupo-rpcgazeta-do-povo-leva-ao-fechamento-da-otv/>>. Acesso em: 06 mai. 2018.
- ZHANG, M. Y. Meso-level factors in technological transitions: the development of TD-SCDMA in China. **Research Policy**, v. 45, n. 2, p. 546-559, 2016.