

Jornal Folha de São Paulo	Data 09/03/2014	Caderno Poder	Página A-6
------------------------------	--------------------	------------------	---------------

SUZANA SINGER [ombudsman@uol.com.br](mailto:ombudsman@uol.com.br) [@folha\\_ombudsman](https://www.facebook.com/folha.ombudsman)  
[facebook.com/folha.ombudsman](https://www.facebook.com/folha.ombudsman)

### Ler, ver e crer

#### **Pesquisa mostra o predomínio da televisão, o potencial da internet e a alta confiança em jornais**

A julgar pelo que se discute na imprensa -explosão da internet, derrocada dos impressos, perda de audiência da televisão aberta-, os brasileiros já entraram de vez no jornalismo 2.0. Não é bem assim.

pesquisa bastante abrangente sobre hábitos de mídia (18 mil entrevistas em 848 municípios), feita pelo governo federal, mostra que o domínio da televisão ainda beira o absoluto. O seu amigo radical, professor universitário que lê em francês e não tem televisão, é a exceção da exceção -97% dos brasileiros assistem à TV, 65% fazem isso todo santo dia, numa média diária de três horas e meia.

Na supremacia da TV aberta, a Globo, como era de esperar, lidera com uma vantagem folgada. À pergunta espontânea "A qual telejornal você assiste?" 45% disseram ser o "Jornal Nacional", 16% citaram o "Jornal da Record" e 8%, o "Cidade Alerta", também da Record.

É uma elite que se delicia com as perversidades de "Game of Thrones" e com os jardins de "Downton Abbey": a TV paga está em um terço dos lares (31%), especialmente nos mais ricos e nos localizados nas grandes cidades. É menos do que a porcentagem dos que, no extremo oposto, dependem de uma antena parabólica para ver seus programas favoritos na TV aberta (37%).

‘O rádio, sempre esquecido nos debates sobre os rumos da mídia tradicional, continua firme e forte. Segundo a pesquisa, 60% dos brasileiros ouvem rádio, 21% todos os dias, em média, por três horas.

A maioria dos brasileiros nunca acessa a internet (53%), mas o potencial de crescimento da rede é evidente quando se olha para os mais jovens. Entre os que estão na faixa de 16 a 25 anos 48% navegam pela web todos os dias. Além da idade, o determinante para estar on-line é escolaridade, renda e viver em cidade grande. Dos entrevistados que estudaram até a quarta série apenas 8% acessam a rede uma vez por semana; no alto da pirâmide, entre os que terminaram a universidade, esse número salta para 87%.

Aquele seu outro amigo radical, o advogado trabalhista que acha ridículo contar a vida no Facebook, é também ponto fora da curva. Dos internautas 67% estão na rede social de Mark Zuckerberg e 31% dizem que se informam por ela.

Os jornais impressos são lidos por um quarto da população adulta, especialmente pela parcela de alta escolaridade. Mas o leitor assíduo, que, como você, segue a **Folha** de domingo a domingo, é tão raro quanto os seus amigos esquisitos que viram as costas para a Globo e para as redes sociais: apenas 6% leem jornal todo dia.

A força do impresso não está na abrangência, mas na confiabilidade. Enquanto 53% dos entrevistados confiam (sempre ou muitas vezes) nas notícias dos jornais, só 28% dizem a mesma coisa em relação aos sites e 22% sobre blogs.

Pode ser que o jornal esteja se tornando alimento para animais em risco de extinção, mas o fundamental é não perder o voto de confiança do leitor. A luta pela sobrevivência consiste em garantir um espaço relevante na internet, onde está a audiência do futuro, mantendo o prestígio da marca do impresso.