

Porto Alegre é a capital da leitura

Ana Paula Jung

O Rio Grande do Sul tem uma característica diferente do restante do País quando o assunto é leitura de jornal. Porto Alegre é a capital brasileira com maior índice de leitura de jornais no Brasil, com 71%, seguida de Belo Horizonte (69%) e Rio de Janeiro (63%), segundo dados Marplan.

Entre os jornais diários estão o Zero Hora, Diário Gaúcho, o Correio do Povo, o Jornal do Comércio e O Sul, sendo que os três primeiros estão na lista dos dez maiores jornais do Brasil em termos de circulação.

O jornal Zero Hora, do Grupo RBS, sentiu os efeitos da retração do mercado no primeiro semestre do ano. "Nós tivemos nos jornais do grupo RBS uma arrancada de ano com dificuldade por conta dos efeitos da crise. O jornal foi o meio que mais sentiu a crise, principalmente por causa da retração do segmento imobiliário. Após o primeiro quadrimestre sentimos uma reação da receita. Nos primeiros quatro meses ficou abaixo", conta Carlos Araújo Santos, diretor geral de Mercado do Grupo RBS no RS.

No Zero Hora, a queda de 4% em publicidade e classificados foi compensada pelo crescimento das receitas de circulação, de 6%. "A queda na publicidade foi compensada pelo aumento na circulação", comenta Christiano Nygaard, diretor de Operações dos Jornais do Grupo RBS. Essa equação resulta numa receita de R\$ 168 milhões entre janeiro e julho.

Com as mudanças do mercado, também mudou o perfil dos anunciantes. Os maiores anunciantes de Zero Hora estão no segmento varejo, seguido da área de veículos e em terceiro lugar o setor de imóveis. O setor imobiliário já figurou em posição bem mais importante quando havia cerca de oito ou mais lançamentos imobiliários mensais. Atualmente, a média de lançamentos está em dois. "Caiu muito", comenta Nygaard.

De acordo com Carlos Araújo Santos, o que ainda persiste com alguma dificuldade é a receita proveniente dos classificados. "A boa notícia é que existe uma sinalização de um bom número de lançamentos imobiliários que trarão um impacto positivo nos classificados", complementa.

Dentro da receita de jornais, o segmento da construção civil caiu 30% no primeiro semestre. "Mas já há uma tendência positiva prevista para o segundo semestre. Por outro lado, o varejo, principalmente os supermercados, cresceu 20%. Foram os dois maiores movimentos", comenta Santos.

Segundo Nygaard, a previsão para este ano é de uma receita de R\$ 320 milhões, o que corresponde a um crescimento de 6% em relação ao ano passado. "Esse crescimento deve vir da receita de publicidade, circulação e classificados", explica. A circulação média paga por dia em julho foi de 181.916 exemplares, segundo dados do IVC de julho de 2009, com crescimento de 1,7% sobre o mesmo mês do ano anterior.

Já o Diário Gaúcho teve queda de 9% no mesmo período. A explicação é que ano passado o jornal popular da RBS teve um patamar muito alto de circulação e o preço de capa foi reajustado. Em julho, o Diário Gaúcho registrou 140.132 exemplares por dia, segundo IVC. O Diário Gaúcho é considerado um grande case, pois foi lançado no ano 2000 e com nove anos de mercado já figura entre os jornais de maior circulação do Brasil.

CRENÇA

O jornal Zero Hora, do Grupo RBS, inaugurou em junho deste ano o parque gráfico mais moderno do Brasil em termos de tecnologia de impressão e principalmente no sistema de encarte. A nova planta recebeu investimento de R\$ 70 milhões.

Na opinião de Christiano Nygaard, diretor de Operações dos Jornais do Grupo RBS, esse investimento demonstra a crença que o Grupo tem no crescimento do jornal impresso, mesmo com o surgimento das novas mídias.

Além dos leitores que estão recebendo o jornal mais cedo e com informações mais atualizadas, os anunciantes também estão ganhando com a operação pela ampliação da cor, o aumento da qualidade da impressão de seus anúncios e a possibilidade de encartes segmentados.

"Acreditamos muito no meio jornal. Paralelamente a isso, nós estamos investindo também nas outras plataformas. Se o jornal impresso vai se perpetuar para sempre a gente não sabe, mas que ainda vai ficar por muito tempo isso com certeza vai", afirma Nygaard. Segundo dados da Wan (World Association of Newspaper), a Europa já não tem mais a situação de queda dos jornais impressos como nos Estados Unidos. No Brasil, a receita dos jornais brasileiros é dividida da seguinte forma: 60% vem de publicidade e classificados e 40% da circulação.

Na opinião de Carlos Araújo Santos, o desafio de mídia impressa é a busca pela inovação em função do surgimento das novas mídias que concorrem com o bolo publicitário. "O desafio é reinventar todos os dias pensando em novos produtos e serviços, seja dentro do que se tem hoje ou novas oportunidades que venham a surgir", comenta.

MAIS ANTIGO

O Correio do Povo é o jornal mais antigo em circulação no Rio Grande do Sul. Segundo o IVC, o periódico ocupa a oitava posição no ranking de jornais brasileiros com maior circulação. Em 2008, registrou uma média de publicação de 157.543 mil exemplares e uma tiragem de 170 mil, circulando nos três Estados da região Sul do Brasil (RS, SC, PR) e também em São Paulo. Este ano, o jornal teve uma queda e está com uma média de 154 mil exemplares por dia, pelo IVC de julho.

Desde o ano de 1987, quando foi relançado em formato tabloide, o Correio do Povo adotou um modelo de jornalismo sintético, com informações e notícias resumidas. Além disso, segue um modelo de jornalismo mais opinativo, com colunistas de perfil analítico. Em 2008 o jornal passou por uma reforma gráfica que teve como meta o alinhamento do produto às atuais tendências de mercado.

Segundo Roberto Pauletti, diretor comercial, a situação atual do Correio do Povo é de retomada do crescimento após o gap de receita gerado pela crise.

De outubro do ano passado até agosto deste ano, Pauletti conta que houve um decréscimo em receita de publicidade de 9%. "A circulação permaneceu estática com leve crescimento de 0,5%, o que não deixa de ser ruim porque foram muito poucos jornais que tiveram crescimento este ano", comenta.

O diretor comercial do Correio do Povo acredita que a medida do governo em reduzir IPI manteve o setor automobilístico aquecido e revigorou linhas brancas de varejo. Por outro lado, o setor imobiliário decresceu bastante, bem como mercado financeiro e telefonias. "Com tudo isso, houve um mau desempenho no primeiro semestre, mas que será compensado no segundo pela natural necessidade de geração de negócios pelo mercado", avalia.

"A empresa está entusiasmada, com novas metas e objetivos definidas pelo novo presidente do Grupo Record, Natal Furucho, como aumento de circulação, maior geração de caixa, fidelização e consolidação da importância do meio frente a novas ameaças", comenta.

Propmark, São Paulo, 7 set. 2009, p. 26.