

### Jornal impresso continuará líder no Brasil, diz associação

**Para presidente da International Newsmedia Marketing Association, tablets ainda não são fenômeno de massa**

PATRÍCIA CAMPOS MELLO  
DE SÃO PAULO

O jornal impresso vai ser "rei" nos Estados Unidos apenas por mais sete a dez anos. Já na Índia, o impresso vai reinar por mais 50 anos -e o Brasil se aproxima do modelo indiano.

Essa foi a previsão de Earl Wilkinson, presidente da Inma (International Newsmedia Marketing Association), ontem, em palestra no Seminário Internacional de Jornais. O evento termina hoje.

A circulação dos jornais cresce em países com classe média em expansão e taxas significativas de analfabetismo, como a Índia, e, em menor escala, no Brasil, disse Wilkinson.

O presidente da Inma não acredita que o iPad esteja revolucionando os jornais, pelo menos não ainda.

"A US\$ 800, os tablets não são um fenômeno de massa e não alteram de forma fundamental o modelo da indústria de jornais", afirmou Wilkinson.

"Mas, daqui a uns quatro anos, quando o iPad for mais leve, mais rápido e estiver custando só cerca de US\$ 100, a classe média baixa vai comprar os tablets e vamos começar a ver o jornal on-line substituir o impresso."

### **ADAPTAÇÃO**

Segundo Wilkinson, os donos de jornais precisam se adaptar a esse novo modelo, que é inexorável.

"A melhor maneira é apostar nos pacotes de assinaturas, que combinam acesso a iPad, internet, smartphone e impresso, e incorporam a ideia de jornal a qualquer hora em qualquer lugar."

Marcelo Benez, presidente da divisão da Inma para a América Latina e diretor de Publicidade-Noticiários da **Folha**, falou da transição do jornal para um modelo multiplataforma.

"Pensando em leitores e anunciantes, nós nos transformamos em um provedor de

conteúdo por meio de um leque de plataformas, texto e vídeo, internet, iPad, smartphone e impresso."

"Nós estamos estimulando os anunciantes a participar pensando campanhas que abrangem todas as plataformas", afirmou Benez.