

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

JÉSSICA NAYARA SOUZA VASCONCELOS

É por causa disso! Um estudo sobre as razões que levam os consumidores a ter a intenção (ou não) de ler o conteúdo da revista Elástica

Uberlândia - MG

2024

JÉSSICA NAYARA SOUZA VASCONCELOS

É por causa disso! Um estudo sobre as razões que levam os consumidores a ter a intenção (ou não) de ler o conteúdo da revista Elástica

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em administração

Área de concentração: Administração

Orientador: Pr. Dr. Élcio Eduardo de Paula Santana

Uberlândia - MG

2024

JÉSSICA NAYARA SOUZA VASCONCELOS

É por causa disso! Um estudo sobre as razões que levam os consumidores a ter a intenção (ou não) de ler o conteúdo da revista Elástica

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em administração

Área de concentração: Administração

Uberlândia, 12 de abril de 2024.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Élcio Eduardo de Paula Santana, FAGEN/UFU

Profa. Dra. Renata Rodrigues Daher Paulo, FAGEN/UFU

Prof. Dr. Raul de Freitas Balbino, FAGEN/UFU

RESUMO

Estudos a respeito das razões de consumo de publicações veiculadas em revistas são importantes uma vez que auxiliam em fatores como a compreensão acerca do consumidor e as suas necessidades. Além disso, elas são capazes de auxiliar os gestores na tomada de decisão. Neste contexto, este trabalho tem como objetivo geral compreender as razões que levam os consumidores a terem (ou não) intenção de consumir o conteúdo da revista Elástica. Para a realização deste estudo foram realizadas entrevistas com roteiro semi-estruturado com 12 perguntas, que bifurcam em função do questionamento inicial "Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?". As entrevistas foram agendadas com um prazo de 3 dias, para que os entrevistados conhecessem o website da revista. O tipo de amostragem utilizada foi a não-probabilística por conveniência e as entrevistas foram realizadas com um total de 16 pessoas de diferentes cortes geracionais, com o intuito de se obter uma possível maior variância nas respostas. Os resultados mostram que a principal razão para se consumir, ou não, a publicação Elástica é a relevância e o interesse pelos temas, seguidos pelas experiências de consumo, conexão emocional/social, preferências e alinhamentos de valores/crenças.

Palavras-chave: intenção de consumo; comportamento do consumidor; revistas; necessidades do consumidor.

ABSTRACT

Studies on the reasons for consuming publications published in magazines are important as they help with factors such as understanding the consumer and their needs. Furthermore, they are capable of assisting managers in decision making. In this context, the general objective of this work is to understand the reasons that lead consumers to have (or not) the intention of consuming the content of Elaástica magazine. To carry out this study, interviews were carried out using a semi-structured script with 12 questions, which bifurcate according to the initial question "Do you intend to read the articles in the publication Elástica?". The interviews were scheduled within 3 days, so that the interviewees could familiarize themselves with the magazine's website. The type of sampling used was non-probabilistic for convenience and the interviews were carried out with a total of 16 people from different generational groups, with the aim of obtaining a possible greater variance in the responses. The results show that the main reason for consuming, or not, the publication Elaástica is the relevance and interest in the themes, followed by consumption experiences, emotional/social connection, preferences and alignment of values/beliefs.

Keywords: Consumption intention; consumer behavior; magazines; consumer needs.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Pessoas entrevistadas.....	12
------------	----------------------------	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	8
3	METODOLOGIA.....	11
4	RESULTADOS	13
5	CONCLUSÃO.....	22
	REFERÊNCIAS.....	24
	APÊNDICE A - ENTREVISTA	27
	APÊNDICE B - ENTREVISTAS TRANSCRITAS.....	30

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Macquail (2012) o mercado de mídia e comunicação passa por mudanças significativas em decorrência dos avanços tecnológicos e da manipulação das informações. Contudo, é importante ressaltar que as mudanças sociais e econômicas observadas nas últimas décadas também contribuem para que essas alterações ocorram. Segundo a Associação Brasileira de Agências de Publicidade (2021) pesquisas indicam que o mercado de mídia no Brasil tem previsão de crescimento de 4,7% até o ano de 2025. Essa expansão se justifica diante das mudanças nos padrões de consumo do público brasileiro, impulsionadas pela pandemia causada pelo coronavírus. Além disso, a pandemia acelerou diversos processos, como o aumento do consumo de conteúdo online e a sua digitalização.

Dentro desse contexto comunicacional brasileiro se situa a publicação Elástica. Atualmente, a marca está presente em diversas plataformas digitais, incluindo seu site oficial e as redes sociais. Suas publicações abordam uma ampla variedade de temas, como arte, causas sociais e espiritualidade. A Elástica explora esses temas, levando conhecimento para os seus leitores (ABRIL, 2022).

Uma questão atinente à marca mencionada é o entendimento da intenção dos consumidores em lerem as publicações em seu site. A intenção de consumo representa o desejo do consumidor em se envolver com atividades específicas, como a de assistir televisão, ir à uma sala de cinema, e, ler reportagens de revistas digitais, por exemplo. Por isso, é importante para as empresas compreenderem os elementos que influenciam a intenção (ou não) de consumo de seu público-alvo em relação a seus produtos e serviços (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2005).

Ademais, Castro (2012) destaca que o consumo tem um importante papel na experiência contemporânea, considerando que o mercado está cada vez mais presente em diversos aspectos da vida das pessoas, principalmente em suas formas de pensar e sentir. Essa afirmação reforça a importância de os líderes organizacionais compreenderem as intenções de consumo de seus clientes-alvo.

Diante do exposto, o presente estudo justifica-se à vista da necessidade dos gestores da Elástica conhecerem a intenção (ou não) de consumo do público-alvo com relação ao conteúdo da revista digital disponibilizado em seu website. Dessa maneira, o objetivo geral deste trabalho é compreender as razões pelas quais consumidores intencionam consumir (ou não) a publicação Elástica.

Assim, a pesquisa conduzida neste estudo possui o potencial de fornecer implicações tanto acadêmicas quanto gerenciais, ao examinar as motivações que levam os consumidores a considerar a leitura de revistas digitais.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A importância da compreensão acerca dos consumidores é algo incontestável para as empresas da atualidade. Oferecer aquilo que o público almeja é essencial na busca por torná-los leais ao seu produto/serviço. Entende-se que conhecer como o seu consumidor se comporta favorável ou não a determinados produtos e serviços é um processo fundamental aos gestores (LARENTIS, 2012).

No decorrer dos anos, pesquisadores da área de comportamento do consumidor dedicaram-se ao estudo das formas de compreensão dos fatores que influenciam o consumo. Acredita-se que há vários elementos, além da satisfação das necessidades, que compõem as motivações dos indivíduos em se consumir algo (SENRA; VIEIRA, 2018). Mattei, Oliveira e Machado (2006) afirmam que os determinantes de maior relevância no comportamento de compra dos consumidores finais estão relacionados a fatores como cultura, grupos de referência, família, determinantes pessoais, variáveis de idade, ciclo de vida, ocupação, condições econômicas, personalidade e determinantes psicológicos. Além disso, a comunicação das empresas frente aos seus consumidores é capaz de influenciar as suas intenções de consumo (LESSA; VIEIRA; MATOS; 2021).

Isso posto, Blackwell, Miniard e Engel (2005) afirmam que, dentre as várias habilidades que uma empresa precisa possuir, a capacidade de prever o comportamento do seu consumidor é essencial. É por meio dessa habilidade que os gestores organizacionais conseguem responder questionamentos relacionados a intenção de consumo do seu bem/serviço.

Kotler (2021) discute as transformações nos comportamentos de compra e consumo resultantes da expansão do ciberespaço e do aumento da participação das pessoas no ambiente digital. Essas mudanças têm um impacto significativo na estratégia de venda de produtos e serviços das empresas.

Nesse cenário de evolução digital, é necessário que as marcas compreendam as determinantes relacionadas à intenção de compra de produtos ou serviços (CRUZ, 2022). De acordo com Canuto e Aguiar (2018) os consumidores sentem-se mais confiantes quando estão familiarizados com comentários e com a presença online, o que influencia positivamente as suas intenções de compra. Corroborando com essa afirmação, Oliveira (2013) destaca que a Web 2.0, está transformando o comportamento do consumidor em relação as marcas. Nesse contexto, as recomendações online exercem um impacto significativo na intenção de compra dos consumidores finais.

Especificamente no concernente ao setor de comunicação e mídia algumas particularidades merecem reflexão.

Thompson (2002) destaca que em todas as sociedades os seres humanos se envolvem no processo de troca de informações e de conteúdo. Isso fica evidente ao longo da história, desde os seus primórdios até os tempos atuais, com o uso da tecnologia para esses propósitos. Assim, observa-se que desde o século XV os processos de produção, armazenamento e circulação passaram por grandes mudanças e adaptações.

Atualmente, nota-se um aumento no interesse do público pela informação e pela comunicação. No entanto, a natureza dessa motivação precisa ser redefinida no que se refere os seus objetivos. Para isso, é necessário analisar como o público busca e consome informações, levando em consideração as mudanças contemporâneas no contexto da mídia de massa (MACQUAIL, 2012).

O desenvolvimento dos meios de comunicação impacta diretamente a maneira como se transmite e compartilha a informação. Isso, por sua vez, está ligado as formas como os indivíduos se comunicam e relacionam entre si no decorrer dos anos (THOMPSON, 2002). A pandemia causada pelo coronavírus, por exemplo, moldou novas formas de se consumir, observando-se, durante o período de isolamento social, um aumento no consumo de mídias e de informação pelos indivíduos (ZANETTI; REIS, 2020).

Para Patrício e Viana (2018) existe uma complexidade em acompanhar e avaliar como a mídia atua em relação ao interesse do público. Isso ocorre porque a sociedade é composta por pessoas com diferentes perspectivas, o que dificulta a identificação de uma única voz. Lara e Conti (2003) apontam em suas pesquisas que o produtor de conteúdo não possui garantias, em relação aos usuários atingidos pelas suas publicações, quanto ao sucesso (ou não) da divulgação do seu conteúdo e da aplicação efetiva das informações. Outro ponto levantado pelos autores é a de que a disseminação das informações ocorre com o objetivo de fornecer informações úteis, mas o conceito de utilidade não pode ser estritamente definido, já que está sujeito a diferentes interpretações.

Sobre a complexidade e a variedade de perspectivas relacionadas a comunicação pode-se afirmar que

a comunicação tem diversas dimensões relevantes: o mesmo ato de comunicação pode ter uma natureza privada e pessoal, assim como uma importância pública; pode ter um valor sociopolítico e econômico; pode ser considerado tanto uma necessidade, um direito básico, como um favor pessoal, uma questão de desejos e não de necessidades (MACQUAIL, 2012).

Verifica-se que as razões que levam os consumidores a se utilizarem de revistas digitais estão ligadas a crescente adoção de dispositivos digitais móveis, bem como a interatividade e conveniência que as publicações digitais possuem. A adoção desses dispositivos está influenciando os hábitos de leitura de revistas entre estudantes universitários na cidade de Hong Kong, levando-os a ler uma variedade maior de tipos de revistas após a incorporação desses dispositivos. É importante ressaltar que, esses resultados são importantes e ajudam a compreender as transformações nos padrões de leitura (WANG et al., 2016). Em contrapartida, para Sawchuck e Ly (2020) países como a Austrália estão testemunhando um aumento das revistas independentes na indústria da mídia impressa. Esse fenômeno está relacionado com as adaptações no design e na estética das publicações, em resposta às transformações nas expectativas dos leitores. Além disso, aspectos relacionados à excelência do conteúdo, ao entretenimento oferecido e à acessibilidade da leitura também desempenham um papel importante na popularização dessas publicações.

Nesse contexto, para Flavian e Gurrea (2009) a internet tem um impacto no jornalismo contemporâneo e nas escolhas dos leitores entre as mídias impressas e digitais. Assim, quando se trata de notícias atualizadas, os leitores têm uma preferência pelo meio digital. Quando se refere a entretenimento, os leitores alternam entre as mídias digitais e impressa. Os autores afirmam que há possibilidade de coexistência de ambos os tipos de publicações (digital e impresso) no mercado de mídia.

Importa mencionar que, quando o termo razões é mencionado, necessário se faz definir o que é necessidade do consumidor, atributos do produto, comportamento motivado e como as relações entre esses construtos se estabelecem. Blackwell, Miniard e Engel (2005) afirmam que o futuro de um produto ou serviço está ligado à maneira como os consumidores percebem sua capacidade de atender as suas necessidades. O reconhecimento dessas necessidades é o ponto de partida que impulsiona os consumidores a tomar uma decisão de compra. Os autores argumentam que esse reconhecimento surge quando há uma discrepância entre o estado atual e o estado desejado nos consumidores. Quando essa discrepância atinge um certo nível, a necessidade se torna evidente para o consumidor. Nesse contexto, existem alguns atributos dos produtos ou serviços que são capazes induzir o consumidor a realizar uma escolha de consumo que satisfaça a sua necessidade, sendo esse um comportamento motivado.

Portanto, pode-se concluir que quando uma empresa compreende as necessidades dos consumidores, bem como os atributos dos produtos que os atraem, ela é capaz de satisfazer as necessidades e, conseqüentemente, estimular o consumo.

3 METODOLOGIA

Para esse trabalho foi adotado uma pesquisa com abordagem qualitativa. De acordo com Dias (2000), a pesquisa qualitativa caracteriza-se pela ausência de análises estatísticas e medidas numéricas. Com isso, esse tipo de pesquisa foca em analisar temas mais profundos, subjetivos e complexos, que exigem maior observação e análises minuciosas dos indivíduos.

A coleta de dados foi realizada por meio do procedimento de pesquisa qualitativa denominado entrevista de profundidade. Entrevistas de profundidade são um método de pesquisa qualitativa, caracterizadas por uma forma não estruturada e direta em obter informações. Essas entrevistas são conduzidas de forma individual, em que um único entrevistado é sondado pelo pesquisador, com o objetivo de explorar suas motivações, crenças, atitudes e sentimentos sobre um determinado tema. Para este tipo de estudo é utilizada a técnica denominada “Laddering”. Nesse processo, haverá linhas de questionamentos relacionados as características do produto para, posteriormente, compreender as necessidades do indivíduo que apreciam (ou não) os atributos do produto (MALHOTRA, 2019).

O instrumento de coleta se constituiu em roteiro semiestruturado (APÊNDICE A), o qual contém 12 perguntas. As perguntas bifurcavam em função do questionamento inicial “Você pretende ler as matérias da publicação Elástica”

Houve um agendamento das entrevistas com um prazo de 3 dias previamente à execução da entrevista propriamente dita, para que os entrevistados tivessem tempo de conhecer o website de publicação da Elástica (<https://elastica.abril.com.br/>).

O tipo de amostragem utilizada foi a não-probabilística por conveniência. As entrevistas foram realizadas com um total de 16 pessoas que representam diferentes cortes geracionais (jovens adultos e consumidores mais maduros) e de sexo, de maneira a se obter uma possível maior variância nas respostas. Dessa forma, a pesquisa foi realizada com pessoas na faixa etária entre 18 a 34 anos, tanto que têm a intenção de consumir a publicação, quanto pessoas de 18 a 34 anos que não têm a intenção de consumir a publicação; e tanto com pessoas acima de 34 anos e que têm a intenção de consumir a publicação, quanto pessoas acima de 34 que não têm a intenção de consumir a publicação. Foram entrevistadas 4 pessoas de cada um desses quatro grupos (dois homens e duas mulheres). A Tabela 1 apresenta a divisão das pessoas entrevistadas e as suas características:

Tabela 1 - Pessoas entrevistadas

Características	Mulheres	Homens
18 a 34 com intenção de consumir	2	2
Mais de 34 anos com intenção de consumir	2	2
18 a 34 anos sem intenção de consumir	2	2
Mais de 34 anos sem intenção de consumir	2	2
Total	8	8

Fonte: A autora.

As entrevistas aconteceram entre os dias 26 de setembro 2023 e 16 de fevereiro de 2024.
A duração média de cada entrevista foi de 10 minutos.

4 RESULTADOS

No que tange à análise de dados, derivada das entrevistas realizadas com os respondentes, os resultados foram codificados destacando os atributos indutores que influenciam a intenção de consumir, ou não, o conteúdo da Elástica publicado no site. A partir desses atributos, foi possível identificar as razões pelas quais os respondentes consomem, ou não, o conteúdo da revista com base em suas necessidades que estavam sendo supridas.

Por conseguinte, sem partir de uma estruturação de categorias pré-definidas, as razões de consumo foram agrupadas em categorias que faziam sentido. Ao final, obteve-se uma série de categorias, que foram apresentadas por uma série de indicadores (necessidades supridas), conforme aponta o quadro 1. Identificou-se 20 indicadores (necessidades) que foram agrupadas em 5 categorias que se referem as razões, ou não, de consumir os conteúdos da revista.

Quadro 1 - Razões (ou não) de consumir o conteúdo da revista

Categorias – Frequência	Indicadores - Frequência
Relevância e Interesse (37)	Busca pela informação e conhecimento (19)
	Falta de identificação/ relevância do tema (12)
	Falta de diversidade dos temas (4)
	Entretenimento (2)
Experiência de consumo (28)	Praticidade/ Conveniência (12)
	Maior quantidade de publicações (3)
	Preferência de formatos (11)
	Surgimento de vídeos inesperados (1)
	Abordagem inovadora (1)
Conexão Emocional e Social (10)	Autoaceitação/ Inclusão (4)
	Identificação com o conteúdo (2)
	Ligação com o tema (1)
	Pertencimento (1)
	Identificação com o posicionamento (1)
	Influência social (1)
Preferências (4)	Hábito de ler revistas (3)
	Fadiga digital (1)
Alinhamento de valores e crenças (3)	Falta de identificação com o posicionamento (1)
	Discorda dos temas (1)
	Parcialidade no tratamento dos assuntos (1)
Total (82)	Total (82)

Fonte: A autora.

4.1 Interesse e Relevância

De acordo com a análise dos dados realizados nas entrevistas, a procura por temas que estejam alinhados aos interesses e ao grau de relevância que eles possuem para as pessoas é um reflexo da busca individual por conteúdos que estejam de acordo com os valores e preocupações

de cada indivíduo. Nesse sentido, os indivíduos buscam por informações que correspondam aos seus interesses pessoais.

4.1.1 Busca pela informação e conhecimento

A busca pela informação e conhecimento pode ser alavancada pela necessidade de compreender e se envolver com questões que são significativas e pertinentes para determinadas pessoas. Portanto, a escolha de conteúdos que atendam a esses critérios é essencial para satisfazer a procura por conhecimento e promover uma experiência informativa para o consumidor. Macquail (2012) enfatiza a importância de entender como o público busca e consome informações, reconhecendo a relevância de conteúdos que atendam às suas necessidades e interesses específicos. Dessa forma, os indivíduos que veem a necessidade de buscar informações reconhecem sua importância para sua evolução e crescimento pessoal. Essa percepção é fica evidenciada nas declarações dos entrevistados que demonstraram interesse em ler o conteúdo da revista, conforme segue:

ENTREVISTADA 3: Eu gostei das publicações da marca. Elas são legais, ricas, com muita informação...dá para ver que tem pesquisa. Eu amei que eles falam muito de diversidade, eu acho esse um assunto muito importante para se falar na mídia.

ENTREVISTADO 5: Esses assuntos de arte eu gosto. Matérias que falam sobre o racismo, diversidade, aceitação, sustentabilidade...gosto de tudo isso.

ENTREVISTADO 7: Eu acredito que é muito importante eu me atualizar sobre as novas notícias que saem, sobre as novas iniciativas. [...] eu vejo uma necessidade de me manter sempre informado com conteúdo de qualidade.

ENTREVISTADO 8: Sim, porque eu fico informado de assuntos importantes. Eu acho informação algo importante na minha vida e é como se eu me nutrisse de coisas que realmente importam.

4.1.2 Falta de identificação e relevância do tema e Falta de Diversidade dos temas

Alguns entrevistados relataram ainda que não se identificaram com os temas abordados pela revista, sendo essa uma razão para não consumir o conteúdo. De acordo com Patrício e Viana (2018) essa complexidade em se avaliar o interesse do público pela mídia é algo natural visto que a sociedade possui diversas perspectivas distintas.

ENTREVISTADO 2: Eu entrei no site e não gostei...tem assunto que eu nem sei do que se trata.

ENTREVISTADO 4: Porque hoje em dia eu estou preferindo temas mais relevantes para o meu dia a dia.

ENTREVISTADA 10: Eu não tenho interesse mesmo. Nada contra quem gosta desses assuntos, entendo que a revista tenha o seu público, mas não teve nada que tenha me agradado muito ali.

Além disso, alguns entrevistados que não possuíam intenção de consumir o conteúdo publicado pela revista sugeriram sobre a necessidade de haver uma maior diversidade de temas abordados pela revista.

ENTREVISTADO 2: Acho que são os temas das matérias que não gostei. Só se eles trouxessem matérias sobre assuntos mais diversos.

ENTREVISTADO 16: Mas, sei lá, talvez se falassem de assuntos mais diversos [...]

Vale ressaltar que mesmo aqueles entrevistados que afirmaram ter intenção em ler o conteúdo publicado pela revista, informaram que há uma necessidade de diversificar o conteúdo da marca.

ENTREVISTADO 7: Eu gosto de mercado financeiro, mas eu entendo que não é a proposta da marca. Talvez se eles colocassem mais assuntos voltados para o mainstreaming, coisas que estão em alta, com muita popularidade, fosse mais interessante.

ENTREVISTADO 5: Vi que eles falam muito sobre a parte de entretenimento de São Paulo, mas podiam focar mais no nível Brasil, envolver outras cidades, outras pessoas.

Para Lara e Conti (2003) afirmam que a utilidade da informação é o objetivo da disseminação das informações, mas esse conceito de utilidade pode variar de acordo com as pessoas e as suas interpretações.

4.1.3 Entretenimento

Além disso, a leitura como forma de entretenimento pode ser percebida tanto como um refúgio após dias atribulados quanto como um passatempo agradável alguns dos respondentes. Essa dualidade é claramente demonstrada nas respostas dos entrevistados 7 e 9, que demonstraram interesse em ler as publicações da revista.

ENTREVISTADO 7: Gosto de ler para passar o tempo.

ENTREVISTADA 9: Quando eu estou cansada e tive um dia cheio, uma das coisas que gosto de fazer é ler livros, assuntos diversos, essas coisas.

4.2. Experiência de Consumo

Com base na análise dos dados das entrevistas, fica evidente que a experiência de consumo dos leitores desempenha um papel crucial durante a leitura da revista. Os entrevistados expressaram uma percepção positiva em relação a esse aspecto.

4.2.1 Praticidade e Conveniência:

A praticidade e a conveniência estão ligadas à experiência de consumo e os entrevistados que possuíam interesse em ler as publicações da revistas, apontaram como aspectos positivos a navegação no site e destacaram a relevância das redes sociais na divulgação das matérias, com destaque para o Instagram como uma plataforma eficaz nesse sentido. Essas respostas sugeriram que os leitores apreciam uma experiência de consumo agradável, com um site bem projetado e uma presença ativa nas redes sociais para promover o conteúdo da publicação.

ENTREVISTADO 5: Achei o site interessante e bonito, a forma como separam os assuntos que eles abordam.

ENTREVISTADO 8: Gostei muito do site, eu gosto de sites e gostei do layout. Mas acho que redes sociais talvez ajudem na divulgação das matérias.

ENTREVISTADA 13: Gostei do layout do site. De como as matérias estão estruturadas e dispostas. Não mudaria nada não.

Além disso, um dos entrevistados ressalta a importância do ambiente digital, sugerindo que a maioria dos jovens preferem consumir conteúdo online, sendo esse mais conveniente para ele. A crescente adoção dos dispositivos móveis podem ajudar a compreender essa preferência e transformações dos padrões de leitura (WANG et al., 2016).

ENTREVISTADO 7: Eu acho que o caminho é o digital. Acredito que os jovens, em sua maioria, tudo que eles consomem é pela internet. Achei o site muito bonito, bem decorado, com boa estrutura, fácil de navegar e não mudaria nada [...] redes sociais é um bom caminho, é

muito importante propagar as matérias no Instagram, porque ajuda a expandir o número de pessoas que consome o produto de maneira mais rápida.

4.2.2 Maior quantidade de publicações

Alguns entrevistados, que possuíam intenção de ler as publicações da revista, apontaram o interesse em ser mais consistente na utilização do site, caso houvessem mais publicações.

ENTREVISTADO 8: Podiam ter mais publicações e matérias. Eu leria mais.

ENTREVISTADA 13: Matérias mais constantes, mais publicações.

4.2.3 Preferência de formato e Surgimento de Vídeos inesperados

De acordo com as respostas dos entrevistados as preferências de formato variam bastante e vão desde conteúdos visuais, como vídeos (sejam eles curtos ou longos), interações ao vivo em formato de live, preferências pelo site atual da revista, conteúdos mais rápidos e acessíveis, em formato de jornal ou impressos. É importante ressaltar que tanto os entrevistados que possuem intenção em ler a revista, quanto aqueles que não possuíam essa intenção, sugeriram os diferentes formatos.

ENTREVISTADO 5: Acho que eles poderiam focar em algumas coisas mais visuais. Vídeos são legais e pode ser no formato curto ou longo, tanto faz. Gosto de assistir lives também, gosto de ter essa interação que a live dá para gente.

ENTREVISTADA 9: Redes sociais é uma boa ideia, mas gosto muito do site.

ENTREVISTADA 10: É, não sou muito de ficar entrando em sites, só quando estou pesquisando algo para comprar, ou querendo saber de algum assunto em específico, aí eu faço uma pesquisa rápida. Para me informar eu vejo notícias mais rápidas ali no Instagram mesmo ou vejo o jornal a noite na TV.

ENTREVISTADO 2: Como eu te disse tenho dificuldade com tecnologia. Não tenho esses negócios de Instagram...se é para ler eu prefiro que seja impresso, como um jornal.

Uma entrevistada, que não tinha interesse em ler as publicações da revista, relatou que como leitora preferia o texto, pois não gostava muito de vídeos e da possibilidade de eles surgirem inesperadamente, atrapalhando a sua leitura.

ENTREVISTADA 6: Acho que eu, como leitora, prefiro o texto. É muito ruim quando entro em uma página e tem um vídeo automático e sai o som muito alto. Isso atrapalha quando estou no trabalho ou no ônibus, por exemplo.

Fazendo um paralelo com o exposto por Flavian e Gurrea (2009) é perceptível a influência da internet nos formatos de leitura. No entanto, há espaço para que há a coexistência entre os formatos de mídia impresso e digital.

4.2.4 Abordagem inovadora

Um entrevistado, que tinha intenção em ler a revista, apreciou a abordagem utilizada, ressaltando que essa fugia do método tradicional e se tornava um importante atributo para o produto. Fazendo um paralelo com Blackwell, Miniard e Engel (2005), um atributo do produto era capaz de induzir o consumo do mesmo.

ENTREVISTADO 8: Bom, eles trazem mais pesquisa em seu conteúdo, não é algo do tipo “fulano morreu” como vemos nos jornais tradicionais. Eles abordam temas que precisam ser falados e você observa o carinho com o que a matéria foi escrita.

4.3 Conexão Emocional e Social

A conexão emocional e social pode ser uma razão para as pessoas virem a consumir o conteúdo publicado pela revista. Dessa forma, com base nas respostas dos entrevistados, fica evidente que em alguns casos houve essa conexão com o conteúdo que é publicado na revista.

4.3.1 Autoaceitação/ Inclusão

A necessidade de autoaceitação/inclusão desempenhou um papel significativo na motivação dos entrevistados ao consumirem (ou não) o conteúdo da revista. Fatores como sentir-se incluído e aceito através da linguagem e do estilo acessíveis, bem como a importância de se sentir representado, foram expostos pelos respondentes, conforme as entrevistadas 1 e 3, que tinham intenção em consumir os conteúdos da revista.

ENTREVISTADA 1: Quando eu falo que elas são interessantes e importantes é porque a revista fala de um jeito que a gente entende. Um

jeito mais “povão”. Isso deixa mais interessante para mim, me sinto inclusa, mais aceita. É como se eles falassem para mim.

ENTREVISTADA 3: O mundo é muito diverso. É importante as pessoas entenderem que tem gente que pensa diferente delas...que são diferentes delas. Eu me considero uma pessoa diferente, para mim é importante ser aceita.

4.3.2 Identificação com o conteúdo e ligação com o tema

A identificação com o conteúdo que era publicado na revista também era uma importante necessidade de consumo que foi suprida, conforme relatado pelos entrevistados que tinham intenção em ler as publicações da revista. De acordo com Blackwell, Miniard e Engel (2005), era importante que o produto atendesse às necessidades dos seus consumidores, uma vez que a sua longevidade estava estritamente ligada a isso.

Assim, fatores como o posicionamento adotado pela revista, a forma como a marca se comunicava e os valores que eram transmitidos, foram citados. Um dos entrevistados evidenciou que não se identificou com todos os temas, mas que compreendia a necessidade de eles serem expostos.

ENTREVISTADO 5: Eu gostei do que eles falam nas matérias, do posicionamento que eles têm com alguns temas. Tive a impressão de ser uma marca jovem, aberta...

ENTREVISTADO 7: Eu gosto de me manter atualizado e, inclusive, achei muitas matérias aqui que tem um pouco a ver com meu estilo de vida e com as coisas que eu acredito e consumo. Como também achei matérias que não tinham a ver, mas eu entendo que o público deve ser variado.

ENTREVISTADA 1: Quando era mais nova eu dançava muito. Acho que ler sobre isso, me leva um pouco para aquela época.

4.3.3 Pertencimento

Uma das entrevistadas, que tinha intenção de ler as publicações, relata sobre a sensação de pertencimento que ocorre, mediante a troca de informações e experiências com pessoas que possuem valores semelhantes aos seus e que se interessam pelos temas abordados na revista.

ENTREVISTADA 3: É sim, é como uma conexão que criamos com as pessoas. É importante essa troca de ideias, de experiências.

4.3.4 Identificação com o posicionamento e Influência Social

Alguns entrevistados, que tinham intenção de ler as publicações, relataram que a identificação com o posicionamento da revista e a influência social exercida são motivos para que consumam o conteúdo, conforme segue:

ENTREVISTADO 5: Sim, eu gosto de marcas que se posicionam.

ENTREVISTADA 13: Sim, me sinto pertencente a sociedade, mais participativa e presente no que está acontecendo. E eu tento passar essas ideias e visões para os meus filhos, do que acredito ser correto e importante.

4.4 Preferências

Com base na coleta e análise dos dados realizados por meio das entrevistas, alguns respondentes demonstraram algumas preferências como um fator para a razão de não se consumir o conteúdo da revista. Nesses casos, as necessidades dos consumidores não foram supridas. Fazendo-se um paralelo entre Flavian e Gurreea (2009) é interessante e possível que haja coexistência entre os dois formatos de mídia (impressa e digital).

4.4.1 Hábito de ler revistas

Para a entrevistada a seguir o hábito de não ler revistas seria um impeditivo para que ela não consuma as publicações da revista.

ENTREVISTADA 10: Eu não sou muito de ler revistas, não é um costume que eu tenho, nunca tive, nem quando mais nova e estava na moda.

4.4.2 Fadiga Digital

Para o entrevistado a seguir, a fadiga digital seria um impeditivo, pois o excesso de telas o cansa excessivamente.

ENTREVISTADO 11: Eu sei que isso está mais difícil e as pessoas preferem o digital, mas eu fico bem cansado com o excesso de telas, o meu trabalho exige que eu fique muito tempo no celular, no computador, aos finais de semana eu nem olho.

4.5 Alinhamento de Valores e Crenças

Observou-se também que uma razão para não se consumir o conteúdo da revista estava ligado ao alinhamento de valores e crenças.

4.5.1 Falta de identificação com o posicionamento

Uma das entrevistadas expressou que não se identificava com o posicionamento da revista devido a uma questão de valores, o que indica uma falta de alinhamento entre os valores pessoais dela e a postura adotada pela revista. Essa falta de identificação com os valores e o posicionamento da revista pode influenciar diretamente na decisão da entrevistada de consumir ou não o conteúdo oferecido pela publicação.

ENTREVISTADA 6: Acho que por causa da questão dos valores. A revista ela tem um posicionamento muito forte que não está alinhada aos meus valores pessoais. Não são temas que eu leria porque eu gosto, leria se fosse para alguma matéria da faculdade ou algo do tipo. Eu olhei todas as matérias para ver se tinha algo que me chamava a atenção e realmente não teve.

4.5.2 Discorda dos temas e Parcialidade no tratamento dos assuntos

Também foi relatado sobre a necessidade da revista em abordar os temas de forma mais parcial e relatar que não concorda com a forma como os temas eram apresentados. Dessa forma, a entrevistada expressava sua discordância com a forma como a revista tratava os assuntos.

ENTREVISTADA 6: O que me chamou um pouco a atenção foi uma matéria que falava sobre moda, mas eu também discordo da forma como fala sobre a moda sustentável. Eu sei que temos que incentivar a indústria brasileira e o pequeno produtor, mas eu discordo porque eu sei que isso não é uma realidade. Hoje em dia roupa no Brasil é algo muito caro e a forma que as pessoas têm de consumir é de importar as roupas da Shein, que agora está sendo taxado.

ENTREVISTADA 6: Eu acho que para mudar meu posicionamento a marca teria que trazer visões mais imparciais de determinados assuntos.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo analisar os motivos que levam os leitores a consumir, ou não, o conteúdo produzido pela revista *Elástica*. Os resultados revelaram que a principal razão dos leitores para lerem, ou não, o conteúdo da revista está associado à relevância e ao interesse que eles possuem pelos temas abordados nas matérias que são publicadas. Entre as necessidades que eram ou não supridas tem-se a busca pela informação e conhecimento, a falta de identificação e relevância dos temas abordados pela revista, a falta de diversidade que dos temas e a busca pelo entretenimento. Esses fatores apontam que muitos leitores se sentiram satisfeitos com os conteúdos abordados e tinham as suas necessidades de busca por informação e entretenimento atendidas. No entanto, para atrair e engajar uma quantidade maior de leitores é importante que a revista diversifique mais os seus conteúdos, sendo essencial o alinhamento do conteúdo editorial com os interesses dos leitores.

Além disso, os fatores relacionados a experiências de consumo, conexão emocional/social, preferências e alinhamentos de valores/ crenças também foram percebidos durante as entrevistas como razões para se consumir, ou não, o conteúdo publicado pela revista. Esses elementos ajudam a fornecer insights valiosos que conduzem a revista a compreender a necessidade de diferentes abordagens em seu conteúdo, visando atender às expectativas e os interesses de um maior número de pessoas.

Ressalta-se que estratégias como a ampliação da diversidade de temas abordados, a criação de formatos mais interativos e envolventes como as mídias de vídeo, o fortalecimento do posicionamento da revista alinhado aos valores e crenças de seus leitores, podem ser adotadas para garantir uma experiência de consumo mais satisfatória e relevante.

Ao incorporar essas percepções em sua produção editorial, a revista *Elástica* estará mais bem posicionada para se destacar no mercado e construir uma relação mais sólida e duradoura com seu público.

Como limitação desta pesquisa pode ser considerado a utilização de uma amostragem não probabilística por conveniência, que de certo modo, pode introduzir viés na seleção dos respondentes, pois os participantes são escolhidos com base na disponibilidade e acessibilidade, em vez de serem selecionados de forma aleatória e representativa da população. Isso poderá comprometer a generalização dos resultados. Outra limitação encontrada foi que a seleção dos entrevistados pode introduzir um viés, uma vez que não incluiu consumidores da Revista ou aqueles que já haviam tido alguma experiência com ela. Isso pode afetar a representatividade

dos resultados. É importante ressaltar que essas limitações devem ser consideradas ao interpretar e extrapolar os resultados deste estudo.

Por fim, sugere-se como estudo futuro realizar análises de envolvimento do público ao consumir um conteúdo. Ou seja, formatos de mídia mais interativos e atrativos, como vídeos e podcasts, a fim de contribuir para criar uma experiência de consumo mais satisfatória e significativa para os consumidores, além de deixá-los mais envolvidos, engajados e fidelizados no consumo dos conteúdos da revista. Outras sugestões de estudos futuros são a possibilidade de se explorar ainda mais a importância da interatividade e do engajamento do público através de formatos de mídia específicos, considerando a evolução das preferências dos consumidores. A possibilidade de se realizar estudos comparativos com outras revistas para identificar melhores práticas que possam ajudar a revista Elástica a se destacar no mercado. E por fim, investigar estratégias específicas para medir o envolvimento do público e a fidelização dos leitores com o conteúdo da revista, visando construir uma relação mais sólida a longo prazo.

REFERÊNCIAS

- ABAP. **Mercado de mídia e entretenimento no Brasil deve crescer 47% até 2025, segundo estudo da PwC**. Disponível em: <https://www.abap.com.br/mercado-de-midia-e-entretenimento-no-brasil-deve-crescer-47-ate-2025-segundo-estudo-da-pwc/>. Acesso em: 07 jun. 2023.
- ABRIL. **Mídia Kit - Elástica 2022**. São Paulo: Editora Abril, 2022.
- BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2005.
- CASTRO, G. Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor fã. **Revista fronteiras - Estudos Midiáticos**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 133-140, mai. ago, 2012. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/d23d/95969a89b8e957f4a58a09b70d585992a13d.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2023.
- CANUTO, K. J.; AGUIAR, E. C. O papel do social-commerce nas intenções de comportamento do consumidor. 2018. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcgclefindmkaj/http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/riufcg/12940/KENNEDY%20JORGE%20CANUTO%20-%20ARTIGO%20ADMINISTRAC%cc%a7A%cc%83O%20CH%202018.pdf?sequence=3&isAllowed=y>. Acesso em: 18 set. 2023.
- CRUZ, M. J. C. O comportamento do consumidor e a intenção de compra online: o poder dos micro-momentos no sector das gadgets. 2022. **Dissertação (Mestrado em Marketing e Comunicação)** - Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Coimbra.
- DIAS, C. A. **Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas**. Disponível em: https://www.brapci.inf.br/repositorio/2010/12/pdf_2fbfd6231b_0013748.pdf. Acesso em 09 jun. 2023.
- FLAVIAN, C.; GURREA, R. Digital versus Traditional Newspapers: Influences on Perceived Substitutability. **Journal of consumer marketing**, jan, 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/345064189_Digital_versus_Traditional_Newspapers_Influences_on_Perceived_Substitutability. Acesso em 18 set. 2023.
- KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**. In: Kotler, F. Adaptando a nova era do marketing eletrônico. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555202458/epubcfi/6/52\[%3Bvnd.vst.idref%3DCap11-1\]!/4\[Cap11-1\]/2/90/10](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555202458/epubcfi/6/52[%3Bvnd.vst.idref%3DCap11-1]!/4[Cap11-1]/2/90/10). Acesso em: 19 set. 2023.
- LARA, M. L. G. DE .; CONTI, V. L. Disseminação da informação e usuários. **São Paulo em Perspectiva**, v. 17, n. 3-4, p. 26–34, jul. 200. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/r5ZQ4WRBQFYLXcQjkg4gxxj/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 10 jun. 2023.

LARENTIS, F. **Conceitos introdutórios a respeito do comportamento do consumidor.** In: Larentis, F. Larentis, F. Comportamento do consumidor. Curitiba: IESDE Brasil, 2012. cap. 1, p.11-22. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=sPImTMedmFIC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Comportamento+do+consumidor&ots=CMpomVcVUN&sig=7u6qRQY6qoDoiicwyEzWek8aF44#v=onepage&q=Comportamento%20do%20consumidor&f=false>. Acesso em: 09 jun. 2023.

LESSA, P. W. B.; VIEIRA, C. L. S.; MATOS, I. M. Motivações e fatores que influenciam intenção de compra nos e-marketplaces. **Revista Reuna**, Belo Horizonte, v. 26, n. 4, p. 38-61, nov. dez, 2021. Disponível em: <https://revistas.una.br/reuna/article/view/1283>. Acesso em: 18 set. 2023.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** São Paulo: Bookman, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582605103/pageid/2>. Acesso em 19 set. 2023.

MATTEI, D.; MACHADO, M.; OLIVEIRA, P. A. Comportamento do consumidor: fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores finais. **Revista de ciências empresariais**. Maringá, v. 3, n. 2, p. 27-37, jul. dez, 2006. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmninnkcbpcqjclgplefindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/199473156.pdf>. Acesso em: 18 set. 2023.

MCQUAIL, D. **Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público.** Porto Alegre: Bookman, 2014. eBooks Assinatura. (1 recurso online). (Comunicação). ISBN 9788563899316. Disponível em: <https://www.sistemas.ufu.br/biblioteca-gateway/minhabiblioteca/9788563899316>. Acesso em: 9 jun. 2023.

OLIVEIRA, M. C. Efeitos da recomendação online no comportamento do consumidor: um estudo envolvendo confiança, satisfação, recomendação e intenção de compra. 2013. **Dissertação (Mestrado em Administração)** - Faculdade de economia, administração e contabilidade da universidade de são paulo, São Paulo.

PATRÍCIO, V.; VIANA, L. Jornalismo e interesse público: uma análise da agência câmara notícias a partir da categorização de fatos. **Revista latino-americana de jornalismo**, João Pessoa, v. 5, n.2, p. 249-274, jul. dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/42872/21380>. Acesso em 08 jun. 2023.

SENRA, B. K.; VIEIRA, G. D. Experiência de consumo do pokémon go e intenção de compra. **Revista brasileira de marketing**, São Paulo, v.17, n.6, nov., 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4717/471759754006/471759754006.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2023.

SAWCHUCK, D.; LY, M. Older women using women's magazines: The construction of knowledgeable selves. **Australian journalism review**, Austrália, v. 41, n.2, p. 273-287, set., 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/338042086_'I_want_to_read_it_in_my_hands'_The_aesthetic_attraction_of_independent_women's_magazines. Acesso em 18 set. 2023.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002. Disponível em: http://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/images/john_b._thompson_-_a_midia_e_a_modernidade_uma_teoriasocial_da_midia-vozes_1998.pdf. Acesso em: 08 jun. 2023.

UFES. **Pesquisa aponta aumento do consumo de jornalismo e de mídias durante a quarentena**. Disponível em: <https://www.ufes.br/conteudo/pesquisa-aponta-aumento-do-consumo-de-jornalismo-e-de-midias-durante-quarentena>. Acesso em: 08 jun. 2023
<https://www.scielo.br/j/spp/a/r5ZQ4WRBQFYLYcQjkg4gjxj/?format=pdf&lang=pt>

WONG, P. et al. Why read it on your mobile device? Change in reading habit of electronic magazines for university students. **The journal of academic librarianship**, Hong Kong, v. 42, p. 664-669, nov, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133316301768>. Acesso em 16 set. 2023.

APÊNDICE A - ENTREVISTA

O meu nome é Jéssica Vasconcelos e eu vou realizar a partir de agora uma entrevista contigo sobre as razões de se ter a intenção ou não de se ler a revista digital do Grupo Abril denominada Elástica.

Ressalto que não há respostas corretas ou erradas; somente quero que me apresente as respostas mais sinceras possíveis, de maneira que eu possa conseguir extrair as melhores informações para que assim eu atinja o meu objetivo com essa pesquisa.

Você tem total liberdade de se eximir de responder qualquer uma das perguntas, se assim desejar, assim como de interromper a entrevista a qualquer momento, de acordo com a sua vontade. Saiba também que após a finalização da entrevista, você pode me solicitar para não utilizar os dados coletados em nossa interação.

Por fim, destaco que todas as respostas que você me fornecer não serão nunca associadas a você diretamente, pois os entrevistados nunca terão as suas identidades reveladas, apenas sendo informados o sexo e a idade do respondente, aliado a uma identificação fictícia (E1, E2 etc.), para cada dado que for manuseado e evidenciado no processo de análise e publicação da pesquisa, e no processo de gerenciamento no ambiente empresarial.

Você entendeu as condições da pesquisa e concorda com elas? Podemos começar?

1. Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

- Se a resposta 1 for positiva, faça a entrevista considerando as perguntas de 2 a 7.

- Se a resposta 1 for negativa, faça a entrevista considerando as perguntas de 8 a 12.

2. Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

3. Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

4. Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

5. Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Instrução para o entrevistador → exemplos de formas de disponibilização: apresentação distinta do site na web, disponibilização das reportagens em aplicativos, redes sociais, meios impressos etc. Somente mencione tais elementos caso não haja qualquer manifestação do respondente após o questionamento.

6. Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Instrução para o entrevistador → exemplos de formas de estruturação:

- textos mais profundos ou mais sintéticos;
- apresentação do conteúdo em formatos somente contendo áudio (apresentando uma leitura da reportagem para ser ouvida), ou apresentando vídeo e áudio conjuntamente (apresentando uma leitura da reportagem para ouvida e se ter a possibilidade de ver quem está lendo).
- Somente mencione tais elementos caso não haja qualquer manifestação do respondente após o questionamento.

7. O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

8. Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

9. Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

10. Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Instrução para o entrevistador → exemplos de formas de disponibilização: apresentação distinta do site na web, disponibilização das reportagens em aplicativos, redes sociais, meios impressos etc. Somente mencione tais elementos caso não haja qualquer manifestação do respondente após o questionamento.

11. Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Instrução para o entrevistador à exemplos de formas de estruturação:

- textos mais profundos ou mais sintéticos;
- apresentação do conteúdo em formatos somente contendo áudio (apresentando uma leitura da reportagem para ser ouvida), ou apresentando vídeo e áudio conjuntamente (apresentando uma leitura da reportagem para ouvida e se ter a possibilidade de ver quem está lendo).
- Somente mencione tais elementos caso não haja qualquer manifestação do respondente após o questionamento.

12. Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

APÊNDICE B - ENTREVISTAS TRANSCRITAS

Entrevistadora: Jéssica Nayara Souza Vasconcelos

ENTREVISTA 1

Entrevistada: 39 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 1: Olha, quando eu olhei no site, achei interessante algumas das reportagens e pretendo sim ler mais vezes.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistada 1: Por algumas matérias que eu considerei interessantes e importantes.

Jéssica: Por que você achou isso?

Entrevistada 1: Quando eu falo que elas são interessantes e importantes é porque a revista fala de um jeito que a gente entende. Um jeito mais “povão”. Isso deixa mais interessante para mim, me sinto inclusa, mais aceita. É como se eles falassem para mim.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistada 1: Eu achei mais interessante a matéria das danças. Eu gosto muito desse tipo de assunto...eu sempre gostei de dança, para falar a verdade. É um assunto que me interessa bastante. Tirando a parte da dança, teve um outro assunto que eu achei bastante interessante, que é uma ação da Heineken de sustentabilidade...eu achei bem legal. Depois eu vou pesquisar mais sobre esse assunto para ver se eu acho mais coisas desse tipo.

Jéssica: Por que você gostou da matéria das danças? Por que esse tipo de assunto te atrai?

Entrevistada 1: Quando era mais nova eu dançava muito. Acho que ler sobre isso, me leva um pouco para aquela época.

Jéssica: E sobre a sustentabilidade, por que você acha legal falar sobre sustentabilidade?

Entrevistada 1: Eu aprendi sobre sustentabilidade nos últimos anos. É um assunto que me interessa. Eu faço algumas coisas aqui em casa para tentar ser mais sustentável e quando leio sobre esses temas, eu tento trazer os aprendizados para o meu dia a dia.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistada 1: Das matérias que eu olhei no site, as que eu mais gostava eu lia. Agora tiveram outras que não é que eu não gostei, elas só não me chamaram a atenção. Então, eu só passei direto por essas matérias e abri apenas aquelas que me chamaram a atenção.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistada 1: Eu acho que do jeito que os conteúdos estão no site fica bem fácil de manusear. Então, desse jeito que está no site, está bom.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistada 1: Não...eu acho que do jeito que está ali, está bom.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 1: Acho que o jeito que está estruturado já está ótimo de ler, mas as vezes com essa correria do dia a dia, eu não consigo parar e me sentar para ler. Se as publicações fossem em áudio seria mais prático, como se eu lavasse a louça ouvindo música. Então, eu poderia estar fazendo outras atividades e ouvindo os conteúdos da revista.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistada 1: Na verdade eu nem conhecia né?! Eu só fui conhecer agora, nunca nem tinha ouvido falar. Eu acho que se tivesse mais divulgação, alguma propaganda falando sobre, sei lá... talvez algo nesse sentido fosse mais interessante para marca.

ENTREVISTA 2

Entrevistado: 61 anos de idade. Não possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 2: Para falar a verdade, eu não pretendo.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 2: Eu entrei no site e não gostei...tem assunto que eu nem sei do que se trata. E eu também tenho dificuldade com tecnologia e foi minha esposa que me ajudou a mexer.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistado 2: Eu me interesso por outras coisas...

Jéssica: Que tipos de assuntos você se interessa?

Entrevistado 2: Gosto de assistir futebol nos finais de semana...esses dias eu fui no jogo que teve aqui no estádio, do Uberlândia Esporte. Sempre que tem jogo deles aqui eu vou lá ver...eu gosto, me ajuda a descansar a cabeça.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 2: Como assim? Não entendi.

Jéssica: Isso. Você prefere que as matérias sejam publicadas em outros formatos? Redes sociais, revista impressa, aplicativos de celular...

Entrevistado 2: Como eu te disse tenho dificuldade com tecnologia. Não tenho esses negócios de Instagram...se é para ler eu prefiro que seja impresso, como um jornal.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 2: Gosto de áudio. Escuto rádio.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistado 2: Acho que são os temas das matérias que não gostei. Só se eles trouxessem matérias sobre assuntos mais diversos.

Jéssica: Que tipo de assuntos?

Entrevistado 2: Falar sobre carros, futebol...essas coisas.

ENTREVISTA 3:

Entrevistada 3: 31 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 3: Pretendo.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistada 3: Eu gostei das publicações da marca. Elas são legais, ricas, com muita informação...dá para ver que tem pesquisa. Eu amei que eles falam muito de diversidade, eu acho esse um assunto muito importante para se falar na mídia.

Jéssica: Por que você gosta de matérias que possuem mais informação e pesquisa?

Entrevistada 3: Dá para me aprofundar quando leio. Eu acho importante me manter informada. É assim que eu consigo saber o que está rolando no mundo.

Jéssica: Por que para você é importante se manter atualizada?

Entrevistada 3: Me sinto informada, troco ideia com os meus amigos sobre o que está acontecendo, fazemos debates, trocamos experiências, essas coisas.

Jéssica: Para você é importante ter essa troca de ideias com as pessoas mais próximas?

Entrevistada 3: É sim, é como uma conexão que criamos com as pessoas. É importante essa troca de ideias, de experiências.

Jéssica: Por que você gosta de temas como a diversidade?

Entrevistada 3: O mundo é muito diverso. É importante as pessoas entenderem que tem gente que pensa diferente delas...que são diferentes delas. Eu me considero uma pessoa diferente, para mim é importante ser aceita.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistada 3: Sim, vou ler sobre diversidade, eu adoro ler sobre esse assunto.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistada 3: Não vi nada que me desagradou.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistada 3: Eu gosto de ler, mas não sou muito de ficar abrindo sites para isso. É chato ficar abrindo site no celular, as letras ficam pequenas. Talvez se tivesse um aplicativo no celular seria mais fácil de ler, porque eu fico muito tempo no celular, principalmente quando estou no meu horário de almoço, no trabalho.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 3: Eu gostei da estrutura que do texto no site. Fora o app, se tivesse um podcast seria legal, poderia ouvir nos meus momentos de descanso e eles fazem algumas entrevistas pelo que vi no site. É uma ideia legal fazer um podcast com essas pessoas que eles entrevistam.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistada 3: Essa questão de ter um app seria bem legal, mais fácil para ler no celular, no meio da correria, com toda certeza eu usaria mais.

ENTREVISTA 4:

Entrevistado: 30 anos de idade. Não possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 4: Não pretendo.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 4: Porque hoje em dia eu estou preferindo temas mais relevantes para o meu dia a dia e matérias mais rápidas. Eu achei os textos bem grandes e como o tema não é relevante eu prefiro dar prioridade para matérias mais rápidas.

Jéssica: Quais temas e matérias você considera relevantes?

Entrevistado 4: Notícias da atualidade, como por exemplo as guerras que estão acontecendo pelo mundo. Gosto de economia, finanças, mercado financeiro. Gosto de tecnologia também.

Jéssica: E por que esses temas são importantes para você?

Entrevistado 4: É uma forma de me manter atualizado das coisas que acontecem no mundo. Já que não tenho muito tempo para acompanhar várias notícias aleatórias, dou prioridade para as que mais gosto e que agreguem mais o meu conhecimento. Tecnologia, por exemplo, eu leio porque é a minha área de atuação. Economia e mercado financeiro eu leio porque gosto e as vezes faço uns investimentos e troco muita ideia com meus amigos sobre isso.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistado 4: Eu não considero os temas relevantes, só isso. Acho que não agrega no meu dia a dia.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Entrevistado 4: Eu achei o site bem legal. Chama a atenção, dá para localizar bem as matérias. Mas acho que publicar as matérias no Instagram, em forma de posts, é legal e com certeza me faria acompanhar mais. Newsletter também é interessante, mas acho que isso eles já fazem.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 4: Eles têm textos muito grandes. Acho que ter algumas matérias com textos mais rápidos poderiam me fazer acompanhar mais.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistado 4: Não, porque não considero o tema relevante. Só se eles falassem mais sobre esses temas que citei relacionados a mercado financeiro...essas coisas.

ENTREVISTA 5:

Entrevistado: 23 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 5: Sim, gostei bastante.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistado 5: Eu gostei do que eles falam nas matérias, do posicionamento que eles têm com alguns temas. Tive a impressão de ser uma marca jovem, aberta...

Jéssica: O que eles falam nas matérias que te agradou?

Entrevistado 5: Gostei que eles falam de diversidade, de arte...eles entrevistam muitas personalidades que não são conhecidas por muita gente. Tive a oportunidade de conhecer algumas coisas novas quando li as matérias. Me identifiquei com muita coisa que li.

Jéssica: Para você é importante a marca ter um posicionamento?

Entrevistado 5: Sim, eu gosto de marcas que se posicionam.

Jéssica: Por quê?

Entrevistado 5: Eu acho que rola uma conexão maior com quem consome.

Jéssica: Você prefere consumir de marcas que tem uma maior conexão com você?

Entrevistado 5: Sim, com certeza. Para mim é muito importante e eu dou valor a isso.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistado 5: Esses assuntos de arte eu gosto. Matérias que falam sobre o racismo, diversidade, aceitação, sustentabilidade...gosto de tudo isso.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistado 5: Acho que não teve um assunto que não leria. Pelo menos, quando vi o site, não achei nada. Todos os temas são interessantes e importantes para serem falados, mesmo que você não concorde, precisa ser debatido.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistado 5: Achei o site interessante e bonito, a forma como separam os assuntos que eles abordam.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 5: Acho que eles poderiam focar em algumas coisas mais visuais. Vídeos são legais e pode ser no formato curto ou longo, tanto faz. Gosto de assistir lives também, gosto de ter essa interação que a live dá para gente.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistado 5: Podia ter mais consistência nas postagens, mais matérias. Vi que eles falam muito sobre a parte de entretenimento de São Paulo, mas podiam focar mais no nível Brasil, envolver outras cidades, outras pessoas.

ENTREVISTA 6:

Entrevistada: 25 anos de idade. Não possui intenção de ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 6: Não tenho vontade de ler.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 6: Acho que para mim ficou bem claro o porquê não pretendo ler. Acho que por causa da questão dos valores. A revista ela tem um posicionamento muito forte que não está alinhada aos meus valores pessoais. Não são temas que eu leria porque eu gosto, leria se fosse para alguma matéria da faculdade ou algo do tipo. Eu olhei todas as matérias para ver se tinha algo que me chamava a atenção e realmente não teve. O que me chamou um pouco a atenção foi uma matéria que falava sobre moda, mas eu também discordo da forma como fala sobre a moda sustentável. Eu sei que temos que incentivar a indústria brasileira e o pequeno produtor, mas eu discordo porque eu sei que isso não é uma realidade. Hoje em dia roupa no Brasil é algo muito caro e a forma que as pessoas têm de consumir é de importar as roupas da Shein, que agora está sendo taxado. Enfim, os valores não estão alinhados com o que eu acredito.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistado 6: Eu acho que é um conjunto. Como eu disse, são muitas matérias e temas que não estão alinhadas aos meus valores, para mim não é interessante. É uma revista de entretenimento e não é o tipo de assunto que leria para passar o tempo ou como um Hobbie.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Entrevistada 6: O jeito que eu vi eu achei que ficou legal. Eu não vi o site pelo computador, vi pelo celular e achei que atende. Geralmente no celular fica bem mais difícil a leitura, mas até que atende. Se fosse um aplicativo, talvez seria melhor. Mas enfim, o site é legal, não é poluído e não é difícil de achar as coisas.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 6: Acho que eu, como leitora, prefiro o texto. É muito ruim quando entro em uma página e tem um vídeo automático e sai o som muito alto. Isso atrapalha quando estou no trabalho ou no ônibus, por exemplo.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistadora 6: Eu acho que para mudar meu posicionamento a marca teria que trazer visões mais imparciais de determinados assuntos. Ou caso ela queira trazer uma visão mais alinhada a determinado posicionamento, ela deveria explicar melhor determinadas coisas para abrir o assunto para o debate. Mas do jeito que está hoje eu não iria ler.

ENTREVISTA 7:

Entrevistado: 21 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 7: Pretendo. Gosto de me manter atualizado.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistado 7: Eu gosto de me manter atualizado e, inclusive, achei muitas matérias aqui que tem um pouco a ver com meu estilo de vida e com as coisas que eu acredito e consumo. Como também achei matérias que não tinham a ver, mas eu entendo que o público deve ser variado.

Jéssica: Que tipo de matérias que você considera mais parecido com você e seu estilo de vida?

Entrevistado 7: Gostei daquelas que falam sobre saúde e uma que fala sobre a luta indígena aqui em Minas Gerais. São matérias e assuntos que me identifico muito e gosto de ler para passar o tempo e me manter informado.

Jéssica: E por que você gosta de se manter informado?

Entrevistado 7: Eu acredito que é muito importante eu me atualizar sobre as novas notícias que saem, sobre as novas iniciativas. Eu gosto de consumir conteúdos que sejam engrandecedores para a minha pessoa. Acredito que informação, saber o que está acontecendo no mundo e no Brasil é imprescindível para eu me tornar um profissional de sucesso ou uma pessoa melhor. Eu vejo uma necessidade de me manter sempre informado com conteúdo de qualidade.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistado 7: Além dessas que citei, tem a matéria que fala da verdinha, que é a Heineken. Essa matéria fala sobre como o produto ESG se propagou. Enfim, são coisas interessantes e eu achei a matéria super bem construída.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistado 7: Então, matérias que falam sobre o público LGBT e sobre feminismo não me interessam muito. Eu não tenho nada contra esse público e nem o movimento, mas não são temas que eu leio ou busco me informar, confesso. Mas eu entendo que é importante ter matérias assim no site.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistado 7: Eu acho que o caminho é o digital. Acredito que os jovens, em sua maioria, tudo que eles consomem é pela internet. Achei o site muito bonito, bem decorado, com boa estrutura, fácil de navegar e não mudaria nada. Não sei se pessoas mais velhas iam conseguir mexer, mas acredito que para os jovens está ótimo. Redes sociais é um bom caminho, é muito importante propagar as matérias no Instagram, porque ajuda a expandir o número de pessoas que consome o produto de maneira mais rápida. As outras redes sociais eu não uso, então não sei te falar se ajuda ou não.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 7: Audiobook está muito em alta atualmente e acredito que devemos pensar sempre em inclusão. Então, por exemplo, se tivesse uma pessoa cega que quisesse se informar, não ia ter essa opção aqui no site para ela ouvir. Esse seria um ajuste interessante a se fazer. Mas a estrutura da matéria no site está ótima. Usando como exemplo essa matéria da Heineken, ela está muito clara, com muita pesquisa, muita informação de qualidade, além de falar de maneira clara e objetiva com o leitor.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistado 7: Eu acredito que se fossem temas mais próximos da minha realidade, eu leria com mais frequência. Tem matérias aqui eu não sei do que se trata e poderia ler e aprender mais sobre o tema, mas os títulos que eles usam são meio enigmáticos. Tipo essa matéria que tem o título de “Ariadine e o Papel” eu não sei o que é isso e com esse título nem tenho vontade de ler para entender. Enfim, se fosse algo mais próximo da minha realidade eu leria mais. Eu gosto de mercado financeiro, mas eu entendo que não é a proposta da marca. Talvez se eles colocassem mais assuntos voltados para o mainstreaming, coisas que estão em alta, com muita popularidade, fosse mais interessante.

ENTREVISTA 8:

Entrevistado: 36 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 8: Sim, pretendo. Não conhecia a revista e gostei.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistado 8: Gostei do conteúdo abordado, trouxe umas notícias que me interessam. É uma forma diferente de passar a notícia...eles informam de uma maneira diferente do que vimos nos jornais tradicionais.

Jéssica: Diferente como?

Entrevistado 8: Bom, eles trazem mais pesquisa em seu conteúdo, não é algo do tipo “fulano morreu” como vemos nos jornais tradicionais. Eles abordam temas que precisam ser falados e você observa o carinho com o que a matéria foi escrita. É como eles se comunicam com o leitor, a maneira como falam. Pode ser um conteúdo denso ou uma matéria mais complexa, mas ainda assim eles conseguem fazer tudo fácil de compreender.

Jéssica: Para você isso é importante? Por quê?

Entrevistado 8: Sim, porque eu fico informado de assuntos importantes. Eu acho informação algo importante na minha vida e é como se eu me nutrisse de coisas que realmente importam, assuntos que importam para mim. Acho que a revista fala de assuntos que importam para mim.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistado 8: Gostei de uma matéria intitulada “Ariadine e o Papel” que é o caso de uma moça que faz umas obras de arte com bisturi, papel e são artes muito bonitas. Lá também tem uma notícia da Heineken que promove festivais sustentáveis. Eu gosto muito de festivais, foi uma ótima ideia.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistado 8: Não foram todos os temas que me chamaram a atenção. Eu não gostei muito de uma matéria sobre uma drag queen. Tiveram mais algumas matérias que eu optei por não ler, mas não é que eu não gostei, só não quis ler.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistado 8: Gostei muito do site, eu gosto de sites e gostei do layout. Mas acho que redes sociais talvez ajudem na divulgação das matérias.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 8: Eu gostei da forma como foi abordado e colocado no site. Eu achei legal.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistado 8: Podiam ter mais publicações e matérias. Eu leria mais.

ENTREVISTA 9:

Entrevistada 9: 23 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 9: Sim, gostei bastante.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistada 9: Tem muitos assuntos legais, temas relevantes.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistada 9: Assuntos que falam sobre arte, diversidade, história. Teve uma matéria que falava sobre o Hal Wildson, que é um artista visual brasileiro que eu não conhecia e eu adorei conhecer um pouco sobre a obra dele. A matéria estava muito bem escrita, adorei!

Jéssica: Por que esses temas são importantes para você?

Entrevistada 9: São temas que eu gosto, que eu leio e consumo no meu dia a dia. Quando eu estou cansada e tive um dia cheio, uma das coisas que gosto de fazer é ler livros, assuntos diversos, essas coisas.

Jéssica: Você se sente bem fazendo isso?

Entrevistada 9: Sim, é o que me ajuda a descasar. Isso e ver séries também.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistada 9: Não vi nada que não tenha gostado, mas nem tudo eu paro para ficar lendo também.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistada 9: Redes sociais é uma boa ideia, mas gosto muito do site.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 9: Gosto de vídeos, de imagens também...bom, se tivessem alguns vídeos curtos juntos das matérias, seria interessante.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistada 9: Mais presença nas redes sociais, vídeos...essas coisas mesmo.

ENTREVISTA 10:

Entrevistada 10: 37 anos de idade. Não possui intenção em as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 10: Não.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 10: Eu não sou muito de ler revistas, não é um costume que eu tenho, nunca tive, nem quando mais nova e estava na moda. Além disso, a revista não fala de temas que eu tenho interesse.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistada 10: Eu não tenho interesse mesmo. Nada contra quem gosta desses assuntos, entendo que a revista tenha o seu público, mas não teve nada que tenha me agradado muito ali.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Entrevistada 10: Como assim?

Jéssica: Apresentação do site, as reportagens em redes sociais, aplicativos, meios impressos...

Entrevistada 10: É, não sou muito de ficar entrando em sites, só quando estou pesquisando algo para comprar, ou querendo saber de algum assunto em específico, aí eu faço uma pesquisa rápida. Para me informar eu vejo notícias mais rápidas ali no Instagram mesmo ou vejo o jornal a noite na TV.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 10: Áudio ajuda muito. Eu gosto de deixar a TV ou o Youtube ligados enquanto limpo a casa. Como o tempo da gente é corrido, eu tento otimizar muita coisa.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistada 10: Acredito que não. Só se mudassem os temas, mas eu entendo que talvez eu não seja o público que eles queiram atingir.

ENTREVISTA 11:

Entrevistado 11: 41 anos de idade. Não possui intenção em as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 11: Não.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 11: O conteúdo abordado. É mais voltado para o público jovem, pelo que pude perceber. Acho que não tem muito a ver comigo e com as coisas que gosto de ler. Teve uma matéria que eu gostei apenas.

Jéssica: Qual matéria?

Entrevistado 11: Uma que fala sobre a gastronomia de São Paulo. Acredito que foi a única que tenha chamado mais a minha atenção.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistado 11: Não é o tipo de leitura que faço para me entreter ou para me informar. Geralmente eu dou preferência para conteúdos que agreguem mais.

Jéssica: Que tipos de conteúdo?

Entrevistado 11: Conteúdos informativos que falem sobre o país, sobre a política. Para me entreter eu gosto de ler sobre carros, essas coisas.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Entrevistado 11: Disponibilizado como?

Jéssica: Apresentação distinta do site na web, disponibilização das reportagens em aplicativos, redes sociais e meios impressos.

Entrevistado 11: Ainda leio muito jornal impresso. Faço a assinatura de um jornal em que recebo ele aos finais de semana e gosto de ler de manhã enquanto tomo o meu café. Eu sei que isso está mais difícil e as pessoas preferem o digital, mas eu fico bem cansado com o excesso de telas, o meu trabalho exige que eu fique muito tempo no celular, no computador, aos finais de semana eu nem olho.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 11: Áudio é interessante, pode ser algo que agregue para revista.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistado 11: Matérias como esse que li que falavam sobre a gastronomia de São Paulo são interessantes. Trazer ela para o meio impresso também pode ser interessante.

ENTREVISTA 12:

Entrevistado 12: 28 anos de idade. Não possui intenção em as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 12: Eu olhei o site, como você me pediu, e não pretendo.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 12: Por algumas questões. Eles tem um posicionamento que está mais voltado para assuntos que envolvam causas LGBT, feminismo, linguagem neutra...essas coisas. Eu me interessava mais por assuntos que falam de marketing digital, negócios, empreendedorismo, que são outros assuntos.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistado 12: Esses temas que disse, eles não me interessam, eu opto por ler outras coisas no meu dia a dia.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Entrevistado 12: Site é bom, fácil de ler, pessoas de todas as idades possuem acesso. Acredito que hoje em dia qualquer marca precisa ter uma presença digital forte.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 12: Eu escuto muitos podcasts hoje em dia. Vejo muitas entrevistas de personalidades da mídia falando sobre como começaram os seus negócios, dando dicas. Mas, para ser honesto, como a marca não está alinhada com o que eu consumo, eu não leria.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistado 12: Olha, realmente não tem por causa dessas questões que citei.

ENTREVISTA 13:

Entrevistada: 40 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 13: Sim.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistada 13: Eu olhei o site e gostei do conteúdo. São abordados assuntos importantes que vemos sendo falado o tempo todo. Eu acho muito importante ler sobre isso e estar informada.

Jéssica: Por que você considera os assuntos importantes?

Entrevistada 13: Falar sobre a prevenção do câncer de mama é muito importante e traz conscientização para mulheres, por exemplo. Achei legal que falaram sobre a luta indígena e

sobre a importância da preservação do meio ambiente. São assuntos que vemos sendo falado por aí a todo momento e eu acho muito importante que todos nós estejamos informados sobre essas coisas.

Jéssica: Para você é importante ser informada?

Entrevistada 13: Sim, me sinto pertencente a sociedade, mais participativa e presente no que está acontecendo. E eu tento passar essas ideias e visões para os meus filhos, do que acredito ser correto e importante.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistada 13: Além desses que citei, gostei muito das entrevistas que eles fazem com os artistas e personalidades da mídia.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistada 13: Não teve um assunto que tenha me desagradado.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistada 13: Gostei do layout do site. De como as matérias estão estruturas e dispostas. Não mudaria nada não.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 13: Áudio pode ser interessante sim e ajuda a atingir mais pessoas, porque é mais inclusivo com deficientes visuais. Mas gosto muito de texto.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistada 13: Matérias mais constantes, mais publicações.

ENTREVISTA 14:

Entrevistada 14: 19 anos de idade. Não possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 14: Ah, não tenho.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 14: Não é muito o meu estilo. Eu gosto mais de festas, sair com os amigos, aproveitar à vida. Não sou muito adapta da leitura como passatempo.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistada 14: Eu entendo e acho que o que eles falam é importante para o mundo, mas não é o que me atrai.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Entrevistada 14: Nossa...você fala se eles trouxessem o conteúdo de outra forma?

Jéssica: Sim. Se o conteúdo da revista fosse disponibilizado por meio impressos, redes sociais, aplicativos...

Entrevistada 14: Impresso não. Eu nem tenho muito espaço para ficar colocando as coisas, moro em república. No digital fica melhor, porque fica tudo na internet, armazenado na nuvem. Redes sociais é interessante e mais fácil de acompanhar para mim.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 14: Vídeos são legais. Vídeos curtos e bem animados nas redes sociais, eu até daria uma olhada.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistada 14: Se tivesse conteúdo mais descontraído, divertido, que falasse mais sobre eventos legais, eu me interessaria mais. Mas ainda assim, não sei se seria algo que eu dedicaria muito tempo. Apesar que essa ideia dos vídeos é legal, as vezes eu daria uma chance.

ENTREVISTA 15:

Entrevistado: 35 anos de idade. Possui intenção em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistado 15: Claro, pretendo com certeza.

Jéssica: Por que você pretende ler as matérias da Elástica?

Entrevistado 15: Eu tenho um interesse nos temas abordados pela revista. Gosto de sustentabilidade, arte, diversidade. Como a revista fala sobre esses temas, acaba que eu acredito que ela vai me fornecer uma perspectiva mais enriquecedora.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler mais assiduamente? Por quê?

Entrevistado 15: Tudo que eles falaram sobre questões sociais, eu acredito ser muito interessante. Teve uma matéria que falou muito bem sobre a importância da linguagem neutra para o público LGBT, que eu achei bem interessante o ponto de vista que abordaram. Também gostei dos aspectos culturais diversos que a marca fala, gostei da representatividade que eles abordam.

Jéssica: Existe algum tipo específico de assunto abordado pela Elástica que você intenciona ler menos assiduamente, ou até mesmo não ler? Por quê?

Entrevistado 15: Não tem. Acho tudo muito importante para ser falado e debatido.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Por quê?

Entrevistado 15: Acho que mais presença nas redes sociais é importante.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler mais assiduamente as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistado 15: O áudio e o vídeo são ferramentas que acabam por atingir mais pessoas. Pode ser interessante para a revista se aventurar nesse tipo de estrutura.

Jéssica: O que poderia ser feito para que você se proponha a ler ainda mais constantemente o conteúdo que a Elástica publica? Por quê?

Entrevistado 15: Acho que trazer mais formatos é interessante mesmo, acho que com isso, a revista fica mais presente na minha rotina.

ENTREVISTA 16:

Entrevista 16: 36 anos de idade. Não possui interesse em ler as publicações da Elástica.

Jéssica: Você pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 16: Não pretendo.

Jéssica: Por que você não pretende ler as matérias da publicação Elástica?

Entrevistada 16: Não sou muito de ler e acompanhar sites no geral. Hoje em dia eu sou mais presente nas redes sociais e acompanho as coisas por lá.

Jéssica: Há algum conteúdo específico que a Elástica oferece que o(a) afasta da publicação? Por quê?

Entrevistada 16: Eu não tenho nada contra os conteúdos que eles publicam, mas não é algo que eu goste de ler.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é disponibilizado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação Elástica? Por quê?

Entrevistada 16: Não sou muito de sites eu acompanho mais redes sociais mesmo. Quase não abro sites para ler hoje em dia, ainda mais se tiver textos muito densos, como é o caso.

Jéssica: Há alguma modificação na maneira como o conteúdo é estruturado que poderia te levar a ter a intenção de ler as matérias da publicação? Algo na maneira como o texto é apresentado, ou na apresentação do conteúdo de maneira diferente da textual, como em áudio, por exemplo. Por quê?

Entrevistada 16: Menos texto e mais imagens é bom. Vídeos curtos e sucintos também.

Jéssica: Há algo que a publicação possa fazer para que você possa considerar mudar o seu posicionamento sobre a intenção de não ler o conteúdo da Elástica? Por quê?

Entrevistada 16: Acredito que não tenha me interessado nada ali. Mas, sei lá, talvez se falassem de assuntos mais diversos e tivessem uma maior presença nas redes sociais, seria interessante.