



## **Novas Tecnologias e Jornalismo Impresso:<sup>1</sup>** **Apontamentos sobre a informatização da imprensa paulista**

Fernanda Maria Cicillini<sup>2</sup>

Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática (Mestrado) da FAAC – Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação da Unesp – Campus de Bauru/ SP.

### **Resumo**

Diante do acelerado progresso tecnológico os profissionais da informação se deparam com uma interessante interrogação: seria o fim do jornalismo impresso, tal qual o conhecemos? As informações eletrônicas têm servido para alterar o conceito de informação. Nesta exposição procuramos demonstrar o quanto todos estamos imersos nesse panorama tecnológico, suas implicações, não só econômicas, mas também políticas e sociais, com foco para as mudanças que se efetuam gradativamente no jornalismo impresso. Este artigo vai realizar uma revisão bibliográfica de algumas obras que versam sobre temáticas relacionadas ao tema proposto, visando oferecer um quadro que compõem as tendências e perspectivas da atuação, convergência e sobrevivência da mídia impressa com o domínio das novas tecnologias de informação na comunicação, com destaque para os jornais do centro do Estado de São Paulo.

### **Palavras-chave**

Novas tecnologias; Jornalismo impresso; Informação local; Mudanças organizacionais

## **1. INTRODUÇÃO**

As sociedades pós-modernas<sup>3</sup> passam por profundas transformações de ordem política, econômica e social e, principalmente tecnológica, notadamente após a chamada revolução da informática, a partir da década de 60.

O processo acelerado de progresso tecnológico trabalha a favor da nova ordem mundial: a globalização das economias. A partir deste fato, as mudanças têm sido radicais, em diversas áreas, como a Medicina, Engenharia, Editoração e Publicidade,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Jornalismo

<sup>2</sup> Aluna regular do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática (Mestrado) da FAAC – Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação da Unesp – Campus de Bauru/SP. Graduação em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo pela Unesp – Campus de Bauru/SP. Linha de pesquisa: Gestão da Informação e da Comunicação Midiática sob a orientação do prof. Dr. Antonio Carlos de Jesus. Assessora de Comunicação da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar - [fernandacicillini@yahoo.com.br](mailto:fernandacicillini@yahoo.com.br) / [fernandac@ufscar.br](mailto:fernandac@ufscar.br)

<sup>3</sup> Modernidade, alta modernidade e pós-modernidade serão tratadas aqui como sinônimos de uma época que se refere ao padrão de organização social e vida cotidiana surgida no século XVII na Europa e que gradativamente foi se tornando mais ou menos mundial em sua influência - GIDDENS, Anthony. As Consequências da Modernidade. São Paulo: Editora UNESP, 1991.



Educação, Comunicações, Conhecimento e Entretenimento e refletem também mudanças de ordem sociocultural. Os principais fatores dessas mudanças, notadamente, são: a rapidez de pesquisa e o volume crescente de dados.

Diante desse quadro, os processos de produção, recepção e interação com produtos midiáticos no novo suporte têm exigido soluções que efetivamente apresentem inovações, sobretudo no jornalismo impresso tradicional.

O mercado limitado exige a capacidade de se comunicar com a comunidade a que se destina e de vender o produto. Nesse sentido, a gestão da informação, entendida como uma abordagem sistêmica de dimensões estratégicas e operacionais, com mecanismos de obtenção e utilização de pessoas, recursos tecnológicos, financeiros, materiais e físicos para o gerenciamento da informação e posteriormente para sua aplicação como insumo para novos indivíduos, grupos e organizações (PONJUAN, 1998 apud BELUZZO, 2004, p. 218), é um fator valioso e um aliado para a estruturação das empresas jornalísticas.

De um lado, temos o barateamento no preço de hardwares e softwares, uso de videoconferências e da inteligência artificial e de outro lado, o suporte em papel, ainda é o meio mais usado para registrar e, portanto, armazenar e comunicar informações. Talvez a solução para este impasse resida na revisão da própria carreira dos profissionais da informação, que deverão ser vistos como profissionais da multimídia, ao se valerem cada vez mais das tecnologias da informação.

Mesmo atualmente, quando o assunto é o mundo cibernético, muitos mitos, dúvidas e desafios ainda permanecem obscuros, principalmente pela rapidez com que as novas técnicas se multiplicam e se renovam.

O primeiro desses mitos é achar que o leitor deixa de consumir o conteúdo impresso se tiver a informação disponível *on-line*. Cada veículo tem suas particularidades e cada ferramenta tem uma função. Ao navegar na rede, um internauta é um "caçador de informações". Tudo o que o consumidor procurar, encontrará na rede, na quantidade e com a profundidade que ele quiser, dependendo do quanto quer se dedicar à busca. Mas ele é quem tem de ir pesquisar. E aqui esbarramos na questão tempo, na familiaridade com a mídia e na relação conteúdo *versus* qualidade das informações.

Com foco nas mudanças que se efetuam no jornalismo impresso, esta exposição contempla o panorama do novo cenário tecnológico, as mudanças decorrentes no contexto organizacional das empresas produtoras de jornal impresso, além de uma



caracterização sobre a imprensa paulista, sobretudo a produção de jornais no centro do Estado de São Paulo, âmbito das empresas estudadas por este trabalho.

## **2. SOBRE TECNOLOGIAS E COMUNICAÇÃO**

A crescente importância da informação, do conhecimento e da comunicação e das tecnologias a ela relacionadas passa a afetar sobremaneira a vida do cidadão, da empresa ou do Estado. Esses novos fatores de desenvolvimento e produtividade desempenham papel de alavancas da sociedade.

Pierre Lévy (1999) explica que a configuração de uma sociedade e cultura e suas relações com as técnicas não podem ser pautadas como uma oposição maniqueísta, cujas técnicas seriam agentes externos, estanhos a toda significação humana. A tecnologia não é um autor autônomo e a sociedade e a cultura não são entidades passivas. Pelo contrário, uma técnica é produzida dentro de uma cultura, com todas as suas interações e papéis sociais previamente estabelecidos. Trata-se de uma produção humana, não determinante, mas condicionante, no sentido de abrir possibilidades em que situações culturais ou sociais não poderiam ser pensadas sem elas.

Portanto, não se trata apenas analisar o “impacto” das técnicas, mas verificar onde seus usos nos levariam e o que fazer com tais tecnologias. Como ressalta Lévy, as tecnologias não determinam, mas condicionam as mudanças à medida que criam as condições para que elas ocorram e aborda o movimento social que deu origem ao ciberespaço (a infra-estrutura técnica do espaço virtual) e as grandes tendências de evolução técnicas no que se refere a interfaces e a tratamento, memória e transmissão da informação bem como as interações decorrentes desse processo e as implicações do ciberespaço como o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade (Lévy: 1999,p.93.).

As implicações são profundas e engendradas em todos os setores da atividade humana. O progresso técnico tem sido considerável no campo da comunicação, com o telefone, o rádio, a televisão, o computador e as redes de computadores. Para Dominique Wolton (2004), a facilidade na produção e transmissão de fotos, dados e imagens geram uma certa confusão no campo da comunicação humana, pois muitos acreditam estar resolvendo pela técnica as dificuldades que todos sentem na comunicação entre homens e sociedade. “O canal não basta para criar a relação. É preciso compreender as razões da defasagem entre a eficiência técnica e a dificuldade da comunicação humana e social” (Wolton, 2004 p. 15).



Nessa mesma linha, Siqueira (1995), acredita que muitos leitores objetarão que a tecnologia, por si só, não cria uma sociedade mais justa e feliz. No entanto ela funciona como ferramenta, instrumento e fator de difusão das idéias.

Hoje a comunicação é inseparável da técnica, da economia e da política, e, por isso, deve-se desenvolver conhecimentos para entender os múltiplos desafios ligados à revolução da informação e da comunicação. Wolton complementa:

No momento em que a informação e a comunicação, dimensões ancestrais de qualquer experiência humana e social, passam a constituir indústrias e mercados, é preciso desenvolver urgentemente conhecimentos e teorias para relativizar o tecnicismo e o economicismo, e preservar as dimensões de emancipação que, desde o século XVI, na Europa, estiveram na origem das batalhas pela liberdade de informação e de comunicação. (WOLTON, 2004 p.18).

Para o filósofo alemão Niklas Luhmann, o processamento da informação em nossa sociedade já não seria comunicação, uma vez que o computador teria rompido o processo de sequencialidade do ato comunicativo existente na escrita (separação espaço-temporal entre o efeito de comunicar e efeito de entender) e também com a dimensão objetiva do sentido (Marcondes, 2004, p.463). Na informação eletrônica, nem o que introduz a informação, nem o que a recebe podem reconhecer ou reproduzir o sentido do ato de comunicação: o que se queria comunicar, já não é relevante para o que se deve compreender. Entende-se assim, pelo pensamento de Luhmann, que a comunicação mediada pela técnica (no caso, o computador), pode repercutir negativamente na comunicação social, uma vez que a rapidez elimina o tempo e o espaço para uma “ordenação linear que viabilize a significação” (Marcondes 2004, p. 464).

A revolução tecnológica se promoveria, assim, de forma silenciosa, pois as mudanças, apesar de rápidas, estão incorporadas e atreladas às mudanças econômicas, políticas e sociais. Poucos são os que enxergam e avaliam esse novo cenário de convergência tecnológica, suas potencialidades e implicações. Para compreender o que as mudanças técnicas promoveram em apenas uma década, Siqueira (1995) propõe recorrer à comparação com outros períodos históricos, como as Grandes Navegações, o Renascimento, a Reforma, considerando os avanços técnicos, como a bússola, a pólvora, o papel e a imprensa. Essas inovações funcionaram como alavancas e o salto qualitativo caracteriza a passagem da idade Média para os tempos modernos.

A tecnologia influi nas estruturas da organização. A investigação da cultura organizacional das indústrias identificou que existe uma forma especialmente



apropriada de empresa para cada situação técnica que promete o maior êxito. A produção em massa, por exemplo, implica uma estrutura hierárquica que parece ser a mais adequada para levar a cabo trabalhos padronizados. Quando se apresentam problemas novos e desconhecidos, a empresa deve ser capaz de responder de forma flexível. Isso significa que a distribuição de papéis e tarefas devem estar sob constante revisão e ser mudada, se necessário. Essa organização apresenta áreas de competência definidas de forma imprecisa e que são continuamente redefinidas e ou negociadas. Essa produção contínua também é típica da produção dos conteúdos de atualidade dos meios de comunicação de massa.

## **2.1 Mudanças nas redações: implicações para imprensa paulista**

Parece óbvio que a introdução de sistemas eletrônicos nas salas de redação afetou o trabalho do jornalista. No entanto, a introdução das técnicas na produção do jornal – ou seja, a reorganização da recepção e o processamento de textos (sistemas de produção) – deixaram inicialmente quase intacta a atividade jornalística. O trabalho jornalístico só se viu significativamente afetado com a introdução dos “sistemas da sala de redação”. Esses sistemas apóiam as tarefas próprias da sala de redação. O jornalista pode escrever o seu artigo, editá-lo, inserir os títulos e calcular sua extensão e passá-lo à seção tipográfica diretamente do seu terminal.

Sobre isso, Vianna (1992) discorre a respeito das mudanças ocorridas com a informatização da imprensa brasileira nas décadas de 80 e 90, sobretudo nos jornais Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo.

A pesquisadora verificou que, no Brasil, o processo deu-se de forma diferente da dos países de Primeiro Mundo, cujas garantias legais foram estabelecidas e obedecidas.

Um fato destacado deste processo que ainda passa por mudanças significativas é o impacto da informática sobre o mundo do trabalho jornalístico, já que a informatização repercutiu não somente no processo de produção intelectual do jornal, mas também no processo de produção e distribuição, transformando-se em um problema complexo, que, assim como a crise do papel na década de 70, dizimou muitos jornais, sobretudo os do interior, cuja realidade empresarial, econômica e financeira, caminham numa lógica diferente da industrial dos jornais de abrangência nacional.

A criação de sistemas de sala de redação diminuiu a separação entre o trabalho de edição e o de produção, isto é, a redação, a coleta e armazenagem de dados. Toda a sala



de redação, com a inovação técnica dos terminais, dirige o processo de produção através dos vários computadores interligados a outros internos ou externos à empresa (Vianna, 1992, p. 17). Além dos terminais, na década de 80, a autora constatou que também os sistemas gerenciais e editoriais estão interligados, com acesso em tempo real. Outra fase de destaque nesse processo é a paginação eletrônica, com a integração de técnicas na elaboração dos textos e das imagens, tendo o suporte de uma potência de cálculo adequada para tratar, em poucos segundos, uma quantidade incrível da informação.

O setor fotográfico dos jornais, com a digitalização, evoluiu enormemente. A imagem captada não precisa mais ser reproduzida em suportes intermediários, como papéis fotográficos ou filme. Sua utilização é direta, e se for preciso, enviada em tempo real.

Sobretudo os sistemas de impressão, se automatizaram de tal maneira que quase não precisam mais da intervenção humana. Isso é um salto qualitativo impressionante, se comparado ao processo tipográfico de montagem dos jornais anterior à informatização e a utilização de sistemas de impressão avançados, mesmo comparados as *offsets* e às rotativas. Hoje, as instalações das placas de impressão encontram-se ligadas diretamente aos terminais.

A informatização das redações no Brasil começou a se esboçar nos finais dos anos 60, com o pioneirismo do projeto da Folha de S. Paulo e se efetivou em 1983. O projeto eliminou as máquinas de escrever e criou as *workstations*, os terminais de computadores interligados.

A explosão tecnológica criou uma nova tendência: a constante preocupação dos grandes jornais com a dinâmica da informação, impulsionando também os pequenos impressos do interior do País a se desenvolverem.

A informatização da Folha, à época foi calculada em US\$ 4,5 milhões de dólares gastos apenas com tecnologia. As inovações permitiram mudanças gráficas, criações especiais no departamento de arte, como grafismos, uso de cores, sem contar a facilidade de acesso a bancos de dados virtuais.

Também o jornal o Estado de S. Paulo seguiu a máxima “informatizar para não morrer” e em 1987 as redações ganharam seu primeiro lote de computadores. Assim como na Folha, a modernização dos processos de composição e impressão começaram antes, na década de 70. Hoje, o parque gráfico do Estado é altamente moderno, com



capacidade para atender a impressão de mais de 70 mil jornais por hora<sup>4</sup>. Segundo dados da época, o Estado gastou cerca de US\$ 1,3 milhão em hardwares e softwares e mais US\$ 3,9 milhões em equipamentos.

A informatização impôs mudanças no método de trabalho jornalístico. As demissões foram inevitáveis, sem contar a resistência dos jornalistas à adesão às novas tecnologias.

Sobre essa problemática Michael Kunczik (2002) reproduz o pensamento de um jornalista alemão à época das mudanças naquele país:

Trabalhar com um processador de textos? Um forte ‘não!’ ressoou nas salas de redação de muitos dos principais jornais uma década atrás. Logo depois veio um menos enfático “talvez”, depois um provocador “sim, mas”, e um ambíguo “...se não há outro remédio...” Atualmente, muita gente da imprensa formula a desafiante contrapergunta: “que mais?” (KUNCZIK, 2002, p. 207).

De maneira mais natural, alguns jornalistas dos jornais Folha e Estado entrevistados por Vianna, adotaram uma postura mais conformista: tratava-se de estar ou não em dia com seu tempo. Ou se faz ou se é destruído (Vianna, 1992, p.130). A adaptação tornou-se a palavra chave. Hoje podemos falar em constante aprendizagem, em virtude da obsolescência cada vez mais frequentes de algumas técnicas que são superadas por outras, mais modernas e mais atuais.

Para compreender as mudanças e transformações esboçadas nas linhas acima, faz-se necessário conhecer um processo, nomeado por Dizard (2000, p.9), como Convergência da Mídia - uma condição que significa um estado unido de mídia no qual todas as formas e instrumentos da mídia se reúnem por efeitos dos computadores e da digitalização. Para o pesquisador, o futuro das comunicações está na confluência das mídias antiga e nova. Por isso a compreensão do processo precisa ser analisada além da divisão em tempos tecnológicos e interação homem-máquina: dependem, sobretudo, da política e da economia, que permitem que coisas novas, como satélites e computadores, amplamente utilizados e protagonistas no palco da mídia atualmente possibilitem ainda que os veteranos, como os jornais impressos, se mantenham por mais algum tempo, na mesma cena.

---

<sup>4</sup> Dados de Vianna, 1992, após atualização da sua dissertação de mestrado que originou o livro: Informatização da Imprensa brasileira (vide Referências).



Sobretudo as informações eletrônicas têm servido para alterar o conceito sobre informação. Uma nova ordem mundial, a da globalização da economia, tem provocado mudanças em vários setores das sociedades incluindo a pesquisa básica e a relação entre as áreas do conhecimento.

Nesse contexto, os novos desafiantes da “mídia antiga”<sup>5</sup>, incluem, de forma resumida, os computadores, discos laser, CD-Rom, os aparelhos de fac-símile de última geração, banco de dados portáteis, livros eletrônicos, redes de videotexto, telefones inteligentes, satélites de transmissão direta e a Internet, com seus novos recursos de multimídia. O elemento comum a cada um desses serviços é a computadorização, uma tecnologia que vem apagando (e unindo, daí o caráter de convergência) as diferenças que separavam e davam particularidade aos serviços de mídia do passado.

As redações de hoje são dominadas por terminais de bancos de dados, aparelhos de fax, videocassetes e outros dispositivos computadorizados. Muitas dessas máquinas serão substituídas por versões mais avançadas, ou mesmo por tecnologias completamente novas que irão transformar ainda mais o local de trabalho e exigir habilidades mais sofisticadas. (Dizard, 2000 p. 20). Enquanto isso, nos níveis executivos das companhias de mídia, as mudanças tecnológicas em ritmo veloz forçam os administradores a adaptarem-se a um novo ambiente de negócios. Os resultados são as contínuas fusões, alianças e aquisições de controle e liquidações das antigas empresas.

Uma das poucas certezas com que os novos profissionais de mídia podem contar no futuro, afirma Dizard (2000, p. 21), é que estarão constantemente lidando com o impacto das mudanças tecnológicas e com a intensificação da demanda por maior envolvimento intelectual e habilitação acadêmica. Essas novas tecnologias têm roubado audiência das transmissões televisivas abertas e de outros serviços tradicionais. A mídia tradicional ainda estará presente por muito tempo como parte do panorama da comunicação. Mas ela será substancialmente diferente.

### **3. JORNALISMO IMPRESSO NO CENTRO DO ESTADO DE SÃO PAULO**

Pesquisas recentes apontam que o Estado de São Paulo concentra praticamente a metade dos títulos da imprensa brasileira. Segundo a Associação Nacional de Jornais, (ANJ), o total de jornais brasileiros no ano de 2003, das mais variadas periodicidades,

---

<sup>5</sup> Termo utilizado por Dizard (2000, p.13), fazendo referência à mídia tradicional.



era de 2.993 jornais. Desse número, 959 títulos circulavam em todo Estado de São Paulo, e aproximadamente 750 jornais circulavam no interior, dos quais 436 eram filiados à Associação dos Jornais do Interior (ADJORI/SP). Esses números foram atualizados com a conclusão da pesquisa de Iniciação Científica Inventário dos Meios de Comunicação do Centro do Estado de São Paulo<sup>6</sup>. De um total de 400 jornais inicialmente contatados entre agosto de 2002 e fevereiro de 2003, verificou-se que estão em funcionamento cerca de 396 jornais listados num raio de 200km, tendo a cidade de Bauru como centro, num total de 310 cidades englobadas. Destes 396 jornais, 66 responderam à pesquisa, o que equivale a aproximadamente 16,7% do universo estudado. Muitos outros periódicos existem, portanto, no interior do estado de São Paulo, que contabiliza, 645 municípios<sup>7</sup>.

Outro aspecto que merece destaque é que 54% dos leitores de jornais no interior paulista preferem o jornal local, contra 11% que só lêem os jornais da capital e 35% que têm o hábito de ler os dois: capital e local.

As pesquisas realizadas até agora, de maneira geral, detectaram que os jornais do interior justificam sua existência a partir dos destaques locais e regionais que promovem. Dos jornais que responderam à pesquisa do Inventário, 66 no total, 57,6% das empresas disseram ter caráter regional, enquanto que 36,4% declararam-se locais, fato que despertou o interesse pelo estudo da abordagem da localidade no conteúdo destes jornais.

Sem dúvida, um grande mérito do jornalismo regional é o de sobreviver como empresa, o que faz com que possua um caráter efêmero, condicionado não só pelo aspecto econômico, mas também técnico e político. O equilíbrio de uma empresa no interior depende do aperfeiçoamento dos procedimentos editoriais, comerciais e distribuição da promoção do seu produto. Para isso, é necessário fazer pesquisas de mercado e perfil do leitor. Nesse sentido, a preocupação da empresa com relação à inserção mercadológica do jornal na sociedade pôde ser medida. Apenas 43,9% dos jornais pesquisados afirmaram fazer pesquisas de opinião pública para avaliar o perfil do leitor do jornal e 39,4% fazem pesquisas de mercado. Cruzando esses dados, apenas 29,7% das empresas realizam ambas as pesquisas (Perfil e Mercado) como base da atividade jornalística. Ao mesmo tempo, a grande maioria das empresas (43,8%) afirma

---

<sup>6</sup> Pesquisa realizada com o fomento do CNPq nos anos de 2002 a 2004, sob a orientação do Prof. Dr. Antonio Carlos de Jesus, do Dep. De Comunicação Social da FAAC – Unesp Bauru

<sup>7</sup> Dados da Fundação SEADE (2006).



não fazer nenhuma delas, o que demonstra uma certa despreocupação dessas empresas em conhecer seu público alvo.

Embora o interior apresente exemplos de empresas bem sucedidas e consolidadas, muitas delas já passaram e passam por sucessivas crises de ordem financeira. Algumas inclusive, que se destacaram pelo pioneirismo na introdução de novos equipamentos na década de 70, encerraram suas atividades. Esse é o caso do O Diário de Piracicaba, um dos precursores no uso das *off-sets* no Estado, foi fechado no início dos anos 90, após várias crises financeiras.

No que diz respeito ao uso de tecnologias, os jornais do interior já aderiram às novidades da área: projetos gráficos modernos, uso de *software* de última geração e qualidade de impressão compatível com das grandes redações. A convivência das novas tecnologias nas empresas do interior tem forte impacto na região. A aceleração das transformações nos equipamentos, às vezes, tornam obsoletas rapidamente muitas das práticas adquiridas. Mesmo assim, no que concerne às formas de composição e impressão, dupla de atividades jornalísticas que mais demanda recursos tecnológicos avançados, os jornais do centro do Estado de São Paulo não podem mais, no que diz respeito aos recursos materiais, ser chamados de artesanais: 86,4% dos jornais serem impressos em Off-set e 93,9% possuem a redação informatizada e a implantação de computadores nas redações da maioria das empresas ocorreu entre 1990 e 2000. Muitas delas, inclusive, foram fundadas nesse período e começaram suas atividades já com redações informatizadas.

Coerentemente com os dados demonstrados sobre a informatização das redações, todos os jornais que responderam a questão referente ao sistema de composição do jornal disseram que utilizam a computação gráfica. No entanto, o número de computadores na redação se mostrou baixo, tendo em vista sua necessidade para a produção de jornais. A maioria das empresas (70%) tem de dois a cinco computadores disponíveis. Esse número é coerente com número de funcionários na redação, já que a maioria das empresas (54,1%) tem entre dois a cinco jornalistas na redação, sendo que apenas um deles tem a graduação em Curso superior de jornalismo.

Falta, no entanto, uma maior liberdade no que concerne à independência. Por serem oriundos do interior, muitas vezes de pequenas localidades, os jornais acabam ficando atrelados a grupos e setores específicos da sociedade. Fato muito comum no passado, ainda no presente ocorre à existência de jornais que são mantidos, ainda que indiretamente, pelas prefeituras, por meio da venda de publicidade. Embora pesquisas



apontem que essa é uma tendência que aos poucos está se extinguindo, a independência editorial ainda é um dos maiores problemas das redações do interior do Estado. Quando perguntados sobre algum tipo de vinculação do proprietário do jornal com setores específicos, a grande maioria, 77,3%, disse não ter nenhum tipo de vínculo com grupos ou setores da sociedade. Apenas 6,1% responderam serem ligados a partidos políticos, 4,5% ligados a instituições religiosas, 1,5% disseram estar ligados a órgãos governamentais, 4,5% ligados a entidades educacionais. Entre os que citaram “outros”, 6,1%, encontra-se a categoria Grupos Sociais, além de 15,2% dos jornais colocarem como objetivo da sua criação defender determinado grupo (nesta amostra, foram citados grupos políticos, com 80% das indicações, e grupos sociais, com 20%).

Se o jornal local, como foi chamado por muitos estudiosos, é “a voz da comunidade” e traz consigo o que interessa mais de perto aos cidadãos, faz-se necessário identificar o “lugar” da informação local nesse contexto.

Com base nos resultados aferidos, verificou-se que o local aparece como Editoria fixa em 77,8% nos 66 jornais pesquisados.

No conteúdo, a origem geográfica local das matérias foi constatada maior tanto nas primeiras páginas, a “cara” do jornal, quanto no conteúdo interno na maioria dos jornais da amostragem.

#### **4. O FUTURO DO JORNAL: UMA AVALIAÇÃO**

A despeito de previsões apocalípticas destrutivas, os setores editoriais tradicionais – jornais, revistas e livros – estão adaptando seus estilos operacionais às realidades do computador, e enfrentando a concorrência de um número cada vez maior de provedores eletrônicos de informação.

As mudanças, de acordo com Dizard (2002, p. 220) não assinalam, contudo, o fim da imprensa. A memória (e o invento) de Gutenberg continua vivo a cada publicação de jornais, em revistas semanais e nos milhares de títulos comercializados e publicados em todo o mundo. Para ilustrar, nos Estados Unidos, os setores de impressão e publicação permanecem imensamente lucrativos.

A idéia de que os computadores e outros aparelhos eletrônicos iriam transformar a sociedade num mundo “sem papel” não se faz verdadeira, pelo menos ainda pelos próximos anos. O pesquisador Paul Saffo (apud in Dizard, 2000, p.231), prevê uma sinergia entre a informação impressa tradicional e as versões eletrônicas:



O papel não vai desaparecer, mas a mídia sem papel absorverá mais do nosso tempo. Eventualmente, nos tornaremos sem papel, assim como outrora nos tornamos sem cavalo. Os cavalos ainda estão por aí, mas os que os utilizam fazem-nos como hobby, não para viajar....Agora é mais fácil armazenar informações eletronicamente. O papel se transformou numa interface – num veículo transitório e descartável para se ler a informação compilada eletronicamente. Estamos ingressando no futuro em que a informação é transferida para o papel somente quando estamos prontos para lê-la; em seguida, o papel é imediatamente reciclado (SAFFO:1992, p.13 apud Dizard:2000, p.221)

Na mídia impressa brasileira, aponta Nicola (2004, p. 21), a revolução iniciada a partir de 1983 alterou os processo de editoração, que engloba o processo de seleção, padronização, multiplicação e veiculação, passou por uma transformação sem precedentes, de um procedimento artesanal, tornou-se eletrônica. Um projeto editorial que fosse implantado antes da injeção tecnológica exigia um número considerável de profissionais na produção. Sem dúvidas, a evolução da mídia impressa apresentou melhorias surpreendentes, que se traduziram em rapidez, desde a execução até o acabamento, e também em melhoria na qualidade estética, com economia de tempo e dinheiro.

A digitalização da imprensa começa a dominar todos os setores. Estudiosos da mídia comparam esse processo de mudança com dois abalos anteriores nas comunicações: o primeiro causado pela invenção da escrita, e o segundo, pela prensa de Gutenberg.

Na verdade a informatização da imprensa é uma terceira revolução nas comunicações, semelhante em escala e importância, porque suscita comparativamente questões fundamentais sobre o controle social da informação, a noção da função criativa individual e as maneiras como a informação interage com a memória humana.(SMITH: 1980, p.41 apud in Dizard; 2000, p. 222)

A acelerada evolução tecnológica, a concorrência acirrada entre as diferentes mídias e, especialmente, o desafio representado pelas chamadas novas mídias exigiu dos jornais pesados investimentos e redobrada atenção com o treinamento e a reciclagem do pessoal técnico.

As empresas também se preocuparam com a modernização gráfica e editorial dos jornais para atender as crescentes exigências dos leitores por qualidade. Assim, a evolução tecnológica não diminuiu os investimentos em recursos humanos. As



empresas jornalísticas brasileiras passaram da edição impressa em preto e branco para a edição em cores, dos sistemas manuais para a informatização, e da publicidade padronizada para novas e atraentes fórmulas. Com a adoção de arquivos digitais, o processo de recepção de anúncios digitais foi implantado e a área Comercial das empresas jornalísticas destacou-se no uso dos recursos tecnológicos para a captação de anúncios e no gerenciamento de produção.

Hoje, a concorrência do jornal *on-line* como impresso é evidente e a queda no número de leitores comprova que o setor apresenta uma letargia crescente. No entanto, Dizard acredita que seja através da mídia impressa tradicional que a indústria jornalística será uma força importante nos ambientes da nova mídia:

Os jornais trazem uma experiência única e recursos fortes à produção e distribuição da informação para consumidores comerciais e domésticos. A indústria pode se beneficiar enormemente se explorar essa vantagem e se tornar personagem central das novas formas de jornalismo eletrônico na próxima década. (DIZARD, 2000: p. 239)

Assim, além da análise do impacto das novas tecnologias no jornalismo impresso, é necessário pensar a respeito dos processos comunicacionais agora estabelecidos através da medição por computadores e outros equipamentos.

Antes, como apontam os autores, os jornais eram mais eficazes que hoje, não só porque os leitores tinham menos opções para escolher entre os meios de comunicação, mas devido, e, sobretudo, as estruturas de informações e acesso às notícias.

## 6. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DOS JORNAIS DO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO. *Anuário nº 1*. São Paulo: s.n., 1998.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. *Relatórios de Atividades 2002 – 2004*. Brasília: s.n., 2004.

CICILLINI, Fernanda. JESUS, Antonio Carlos (Orientador). *Inventário dos meios de Comunicação do Centro do estado de São Paulo: subárea Jornalismo Impresso*. Bauru: FAAC/UNESP, Relatório de Pesquisa de Iniciação Científica, PIBIC/CNPq, 2004.

CICILILINI, Fernanda e LIMA, Eliana Messias Soares de, Antonio Carlos (Orientador). *O lugar do local: os jornais como meios de difusão da informação local*, Bauru: FAAC/UNESP, Trabalho de Conclusão de Curso, 2005.



DINES ; MELO, J. M. de; VOGT, C. (orgs.) *A Imprensa em questão*. Campinas: Unicamp, 1997. (Momento)

GIDDENS, Anthony. *As Conseqüências da Modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES, D. F.; PROENÇA, J. C.; SOBRINHO, J. L. (orgs.) *A Evolução do Jornalismo em São Paulo*. 2 ed. São Paulo: Edicon; ECA-USP, 1998.

DIZARD, Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*; tradução Edmond Jorge. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação*. Tradução Rafael Varela JR. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002

QUEIROZ, A e OLIVEIRA, D. (orgs) *Jornais centenários de São Paulo*. Piracicaba: Degaspari, 2002.

PERRUZO, Cicília M. Kroling; Kunsch, Margarida M. K.(orgs.) *Transformações da Comunicação: ética e técnicas*. Vitória: Editora Fundação Ceciliano Abel de Almeida/ UFES, Prefeitura Municipal de Vitória, 1995 (Intercom de Comunicação; n3)

SODRÉ, N. W. *História da Imprensa no Brasil*. 4 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

VIANNA, Ruth Penha Alves. *A Informatização da Imprensa Brasileira*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.