



## O DESAFIO DO JORNALISMO IMPRESSO NA ERA DIGITAL<sup>1</sup>

Bruno de Azevedo Santana Guimarães<sup>2</sup>

Julianna Nascimento Torezani<sup>3</sup>

Natália Berbert de Pitanga Franco<sup>4</sup>

União Metropolitana de Educação e Cultura – UNIME Itabuna

### Resumo

O jornalismo impresso na era digital torna-se um desafio para as empresas de comunicação-a se adequarem às novas tecnologias. Novas editorias são criadas e novas formas de abordagem da notícia são pontos estratégicos para a atração do leitor. Embora os furos de reportagem sejam quase inexistentes, reportagens mais apuradas e mais detalhadas são publicadas no meio impresso. Analisar o conteúdo do jornal impresso "Folha de São Paulo" em sua versão *on-line*, é o objetivo deste artigo que tem como suporte teórico o Manual da Folha de São Paulo além de autores como Nelson Traquina e Felipe Pena. Para a conclusão do artigo, fez-se uma análise comparativa deste meio nas edições do dia 02 de maio ao dia 2 de junho.

**Palavras-chave:** Jornalismo impresso; Jornalismo *online*; Projeto Folha.

### Introdução

O jornalismo representa um retrato (im)parcial da sociedade e seus acontecimentos. Ao desenvolver e divulgar os fatos, os veículos de comunicação exercem papéis fundamentais ao tornar públicas realizações que terão impactos diretos e indiretos ao público. Notícias factuais como acidentes e assassinatos, notícias frias

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduado do Curso de Jornalismo da UNIME Itabuna (2009), email: [brunno.azevedo@yahoo.com.br](mailto:brunno.azevedo@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Mestre em Cultura e Turismo. Graduada em Comunicação Social – Rádio e TV. Professora de Fotografia e Vídeo. Coordenadora do Curso de Jornalismo da UNIME Itabuna. Email: [juliannatorezani@yahoo.com.br](mailto:juliannatorezani@yahoo.com.br)

<sup>4</sup> Graduada do Curso de Jornalismo da UNIME Itabuna. (2009), email: [nataliaberbert@hotmail.com](mailto:nataliaberbert@hotmail.com)



como reportagens comportamentais e notícias de interesse público como descobertas científicas e o andamento da política nacional e internacional, são exemplos de como o jornalismo integra e interage com a vida de todos. Este artigo terá como objeto de estudo o jornal “Folha de São Paulo”, por se tratar de um jornal de âmbito nacional e abordará a questão do jornalismo impresso na contemporaneidade. Com a chegada da internet e do fácil acesso a informação, o jornal impresso sofreu um “baque”, tanto na linha econômica, quanto na linha editorial, que teve que se adequar a uma nova linguagem e uma nova forma de se produzir a notícia.

Não existe mais o furo de notícia, pelo menos não mais frequente. Existem agora reportagens mais apuradas e mais detalhadas sobre os diversos assuntos, já que os furos de reportagens são informados com mais frequência pela televisão e pela internet. Em especial, iremos abordar o “Projeto Folha”, desenvolvido e elaborado pelo jornal Folha de São Paulo, que tem como objetivo manter uma linha editorial moderna e com um padrão de qualidade que a diferencia e a qualifica no mercado da comunicação.

Notas viraram notícias e notícias viraram reportagens. Na briga pela divulgação da informação, o jornal vê-se obrigado a criar mecanismos de atração para a leitura e, conseqüentemente, conseguir mais tiragens para o jornal. Conteúdo e economia se mesclam; a junção inevitável é apresentada diariamente nas impressões dos tablóides e refletida nas páginas de um dos jornais impressos de maior destaque no país.

## **1. A origem do Jornalismo Impresso**

A notícia sempre foi algo que atraiu a atenção do ser humano. Seja ela de desastre, acidentes, mortes, felicidades ou conquistas, todos os fatos que acontecem na sociedade em geral viram notícia. A princípio, estas notícias que faziam parte do cotidiano das pessoas eram passadas boca-a-boca. Não se tratava de fofoca (às vezes era), mas o fato de passar a informação adiante já era o suficiente para que um acontecimento corriqueiro, como o nascimento de uma criança, por exemplo, virasse notícia na boca do povo. Não era para menos. Antes da invenção da prensa de Johannes Gutemberg, em 1440, que tornou os folhetins, anos mais tarde, com uma periodicidade regular, as pessoas não tinham como saber o que se passava a não ser pela informação passada oralmente. Erbolato (2004) caracteriza a notícia como algo novo que acontece na sociedade.



As notícias são comunicações sobre fatos novos que surgem na luta pela existência do indivíduo e da própria sociedade. A imprensa investe capitais enormes, contrata jornalistas e técnicos dentro de sua área, para a função básica de informar. O noticiário deve ter utilidade pública para os leitores e influenciá-los pessoalmente, mostrando-lhes que devem ter um interesse no assunto divulgado. O maior número de leitores corresponde à melhor qualidade da notícia (ERBOLATO, 2004, p.17).

Com o avanço das civilizações e principalmente do sistema de governo, veio também a utilização da divulgação dos feitos de seus governantes para o povo. Segundo Florival Cáceres (2000), em Roma esta estratégia foi adotada. O primeiro jornal regular de que se tem notícia foi a *Acta Diurna*, jornal que o imperador Otávio Augusto mandava colocar no Fórum Romano, ainda no século I d.C. As publicações eram gravadas em tábuas de pedra e haviam sido fundadas em 59 a.C. por ordem do imperador Júlio César. As edições informavam eventos ordenados pelo Ditador (magistrado da Roma antiga apontado pelo senado para governar o estado em tempo de emergências). Geralmente traziam fatos diversos, notícias militares, obituários, crônicas esportivas, mas acima de tudo, assuntos que eram de interesse do governo. Esta estratégia dava certo porque passava uma falsa idéia de prestação de contas que o governo tinha para com o povo. Ledo engano.

De lá para cá, muita coisa mudou. As tábuas de pedra foram substituídas por papel e a forma de como eram passadas as notícias também sofreu alteração. Embora a prensa tenha sido criada em 1440, a primeira publicação impressa periódica regular (semanal), o *Nieuwe Tijdinghen*, aparece em 1605, na Antuépia.

No Brasil, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, foi o primeiro jornal impresso do país. Rodado em 1808, nas oficinas da então Imprensa Régia, atual Imprensa Nacional, em sua primeira edição trazia além dos atos oficiais da Coroa Portuguesa, fatos curiosos registrados numa coluna policial, como a prisão de uma pessoa, por “vagar pelas ruas fora de hora”. Assim como em Roma, os primeiros jornais também eram voltados para as questões de interesse do governo. Como ainda naquela época o Brasil era colônia, os jornais eram voltados para a Coroa Portuguesa que residia aqui no País. Depois da *Gazeta*, os atos do Governo foram publicados nos jornais oficiais que a sucederam: *Diário Fluminense*, *Diário do Governo* e *Correio Oficial*, entre outros.

## **O jornal impresso e a chegada das novas mídias**



De certo, com a chegada das novas mídias eletrônicas veio também à concorrência para o veículo de comunicação que, durante séculos, reinava absoluto: o jornal impresso. Foi assim com a chegada do rádio, no final do século XIX, com a televisão, no início do século XX e principalmente com a internet, no final deste mesmo século. Os jornais e os profissionais que a integravam, tiveram que se habituar não só com as novas tecnologias, como também com uma nova forma de se fazer jornalismo. O objetivo era tornar atrativas também as notícias impressas já que, por uma questão de logística, as notícias são veiculadas primeiro nas mídias eletrônicas em geral.

Das mídias eletrônicas atuais a que mais interferiu no paradigma da comunicação foi a internet. Além de ser um modelo da revolução tecnológica da comunicação a internet surgiu para interagir pessoas diferentes, de locais diferentes e de culturas totalmente diferentes. Segundo Lévy (1996) a internet mantém a sociedade numa “aldeia global” em que a internet conecta as sociedades mais diversas, proporcionando assim o intercâmbio cultural.

De fato, mais do que um processo interativo, a internet passou a ser um legado cultural na sociedade atual que permite estabelecer a comunicação entre as mais distintas pessoas na rede. Na rede mundial de computadores, há a possibilidade de se interar nas diversas esferas da sociedade, como a política, a educação e do trabalho, por exemplo. Castells (1999) faz uma referência ao paradigma sócio-técnico da *World Wide Web* como o combustível da divulgação da informação:

Se a tecnologia da informação é o equivalente histórico do que foi a eletricidade na era industrial, em nossa era poderíamos comparar a internet com a rede elétrica e o motor elétrico, dado sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana (CASTELLS, 1999, p.15).

É certo que o jornalismo impresso sofreu e ainda sofre com a concorrência das mídias eletrônicas atuais, contudo, o jornal em si, agrega valores simbólicos e significativos para todos os jornalistas. O jornal contém em si um modelo romântico e inspirador de se fazer jornalismo. É nele que conhecemos a possibilidade de entregar nas mãos das pessoas as notícias atuais e com isso, exercer o papel de jornalistas que é informar.

### **Cibercultura: o acesso à rede e a utilização do ciberespaço**



A ascensão da Internet é exemplo clássico do avanço tecnológico no campo da informação e da comunicação. A chegada de uma nova mídia sempre acarreta preocupação nas mídias existentes por haver certa concorrência entre elas. Foi assim com a rádio, com a televisão e agora com a Internet. Não se trata apenas de concorrência, mas sim, entender como esta mídia funciona e assim, integrá-la como forma de adequação. Saber quais são suas técnicas e suas características. O jornal *Folha de São Paulo*, por exemplo, aproveitou dessa nova mídia para abranger seus horizontes mercadológicos, como também uma nova maneira de se conquistar novos leitores.

A Internet é uma rede que conecta milhões de computadores e, por isso, milhões de pessoas podem ter acesso aos mesmos tipos de informações. Este é um dos maiores diferenciais da Internet para com as outras mídias, senão, o maior diferencial. Além, é claro, de poder agregar todas as outras mídias num só veículo. A chamada convergência das mídias proporciona o usuário de Internet assistir um vídeo (característica da TV e do Cinema), ler uma notícia e ver imagens fotográficas (características do jornal impresso) ou escutar uma música ou notícia (característica do rádio). Esta convergência torna esta mídia uma das mais interessantes na medida em que podemos encontrar “quase” tudo numa única ferramenta.

Ao discutir sobre Internet, criou-se entre os teóricos da informação uma expressão que caracteriza a cultura da Internet: a cibercultura. Dentre os novos conceitos existe o “ciberespaço”. Não existe ainda um conceito geral para este termo, mas alguns teóricos afirmam que seria o “espaço” em rede ocupada pela Internet, ou seja, é todo conteúdo digital homogeneizada em cadeias de 0 e 1, que é o sistema binário. Esta cadeia permite que essa tecnologia possa transmitir todas as formas de comunicação (texto, áudio ou vídeo) num sistema integrado. A Internet pode disponibilizar todas essas versões de comunicação numa única rede. Lúcia Santaella (2004) classifica o conceito de ciberespaço e a diferencia do conceito de realidade virtual como forma de traçar um paralelo entre ambos.

Se é certo que não há um consenso sobre o sentido a ser dado ao ciberespaço, a maioria dos outros concorda quanto ao fato de que, no seu sentido mais amplo, ele se refere a um sistema de comunicação eletrônica global que reúne os humanos e os computadores em uma relação simbiótica que cresce exponencialmente graças a comunicação interativa. [...] O ciberespaço inclui, portanto, todas as modalidades de uso que as redes possibilitam, de modo que a RV é apenas a extensão última desse processo até o ponto de produzir um grau de imersão sensorial total no ambiente simulado (SANTAELLA, 2004, 45).



Para Santaella (2004, 39), no ciberespaço existem sub-redes que integram a Internet, a mais usada é a WWW (World Wide Web), em que a “chave para conectar a rede está no seu conjunto subjacente de regras de comunicação ou protocolos. [...] Se o usuário não tiver muitas pretensões exploratórias, basta memorizar um plano técnico de indicações sumárias para que ele possa entrar na rede”. Isso quer dizer que para o usuário a utilização dessa ferramenta é fácil e que o mesmo não necessita de conhecimento técnico do funcionamento dos programas computacionais que estão sendo executados.

### **A linguagem para a Internet**

A chamada “era digital”, que se propagou com o início do século XXI, trouxe importantes e inovadoras vertentes tecnológicas para a sociedade, principalmente advindas na área da informática. A capacidade de codificar e decodificar programas através do sistema binário (*bits* de 0 e 1) proporciona o usuário desta tecnologia uma gama de programas que podem ser encontrados nos computadores. A chamada convergência das mídias oferece aos usuários de computador encontrar vídeos, fotos, textos, músicas, enfim, uma infinidade de recursos que, até então, só eram encontrados em cada mídia separadamente.

Com a chegada da Internet criou-se não só outro tipo de expectador, como também outro tipo de leitor. Um leitor fugaz, mas que segundo Lucia Santaella (2004, 32), ainda carrega consigo semelhanças com o leitor de livro: “como no livro em rolo, o texto corre verticalmente, lá, ao ser desdobrado manualmente, aqui, na tela que corre sob a pressão de um botão”. Ainda segundo a autora, o leitor de Internet pode utilizar ainda referências como à paginação do texto em tela, além do índice e do recorte do texto, por exemplo. Estes aspectos do leitor atual assemelham-se com o leitor da Antiguidade.

Contudo, embora semelhantes em alguns pontos, o leitor de Internet possui muitas diferenças do leitor de impressos. Pinho (2003, 183) classifica essas diferenças como: “menor velocidade de leitura na tela do monitor, a não-linearidade e a tipologia do leitor da *Web*”. Estas três características são basicamente ligadas ao sistema físico das tecnologias da informática (tela do computador), dos materiais utilizados no meio impresso (papel).



### **3. O início da *Folha de São Paulo***

Em 19 de fevereiro de 1921 o jornal “Folha da Noite” é fundado por Olival Costa e seu sócio Pedro Cunha. Localizado no segundo andar de um prédio em São Paulo, tinha como principal alvo denunciar o mau funcionamento do serviço público. Além disso, apoiou o tenentismo, o Partido Democrático e ainda lançou campanhas pelo voto secreto. As oficinas de “O Estado de São Paulo”, à rua 25 de março, eram responsáveis pela sua impressão.

Em 1925, um casarão na rua do Carmo, se transforma na sua nova sede, onde também funcionam a revisão, a redação e os escritórios da administração. A versão matutina da “Folha da Noite”, a “Folha da Manhã” é criada em julho deste mesmo ano. Com o passar dos anos, houve um aumento nas tiragens dos jornais, com isso, no dia 1º de janeiro de 1960, os três títulos da empresa se fundem e surge o jornal *Folha de S. Paulo*. Três anos depois, é lançado o jornal "Notícias Populares". Dois anos depois, em 1965, o Grupo Folha incorpora o jornal. Em 1967, a “Folha da Tarde” volta a circular, o que não acontecia desde a unificação dos jornais. A revolução tecnológica e a modernização do seu parque gráfico são fatores que contribuíram pra colocar a *Folha* na liderança da imprensa diária brasileira nos anos 80.

Usada em larga tiragem pela primeira vez no Brasil, a impressão *offset* em cores foi uma das novidades da *Folha*. O equipamento é composto de três impressoras Goss Urbanite, de fabricação norte-americana, com capacidade para rodar até 45 mil jornais por hora cada uma.

Em 1976, a *Folha* desempenha um papel decisivo no processo de redemocratização do Brasil, quando abre suas páginas ao debate de idéias que fervilhavam na sociedade civil. Em 22 de junho, começa a circular "Tendências/Debates", que abriga textos de intelectuais e políticos perseguidos pelo regime militar.

É criado o *Datafolha* em 1983, instituto de pesquisa de opinião pública e de mercado, que faz levantamento de temas de interesse dos leitores e fornece informações à produção editorial. É implantado em 1984 o Manual da Redação pela *Folha* e pela primeira vez, um manual de jornalismo condensa uma concepção de jornal, da política editorial às fases de produção. E em 1989, computadores Macintosh passam a ser



empregados na editoria de Arte para a produção de mapas, quadros, tabelas, gráficos e ilustrações.

Eliminando o processo manual de *paste-up*, são introduzidos na *Folha* em fevereiro de 1990 paginadores Harris, que permitem a montagem eletrônica das páginas do jornal. Em março, agentes da Polícia Federal invadem a *Folha* sob o pretexto de buscar irregularidades administrativas e em novembro, ela lança cinco edições regionais (Sudeste, ABCD, Nordeste, Norte e Vale).

Em 1991 a *Folha* reorganiza o noticiário em cadernos, como *Mundo*, *Dinheiro*, *Cotidiano*, além de ser o primeiro órgão da imprensa brasileira a pedir o *impeachment* do presidente Fernando Collor, que renuncia no ano posterior. Em 1992, o empresário Octavio Frias de Oliveira passa a deter a totalidade do controle acionário da companhia.

O Banco de Dados instala, em 1993, uma rede de computadores para armazenar todos os textos publicados pela *Folha*, que podem ser consultados pelos jornalistas nas telas dos terminais. É o primeiro jornal brasileiro a ter um banco de imagens digital e ainda armazenar as suas fotos no computador. Com a utilização experimental de câmeras digitais, o disquete começa a substituir o filme, em 1994.

Em abril de 1996, é lançado o *Universo On-line* em caráter experimental, com acesso aberto a todo usuário da Internet. É o primeiro serviço *on-line* de grande porte no país e permite a ligação com o banco de dados para pesquisa, por busca de palavras, de textos integrais publicados na *Folha* nos últimos três anos.

## **O Projeto Folha**

A *Folha de São Paulo*, como um dos principais veículos de comunicação do país, desenvolveu em meados dos anos 70, um projeto editorial com o objetivo de produzir um jornalismo crítico, moderno, pluralista e apartidário. O “Projeto Folha” prevê que seus jornalistas sigam uma norma, uma conduta ética que vai interferir diretamente no conteúdo apresentado ao leitor. O compromisso com a ética é o foco deste projeto que tem como principais concorrentes os informativos *on-line*.

Entretanto, a concorrência entre as mídias fomenta sempre a mesma questão da sobrevivência dos jornais impressos no meio digital. Há quem diga que sim. Por questões físicas, o meio impresso não oferece a frequência mais adequada a passar as informações com mais agilidade e precisão do que os outros meios. Outros dizem que



não. Por uma questão de gosto, ou até mesmo de formato, o papel sempre vai permear a vida e o cotidiano das pessoas. Segundo o manual da folha, países desenvolvidos e em desenvolvimento se diferem nas tiragens dos jornais.

Tudo indica que nos países desenvolvidos os jornais atingiram há algum tempo o ponto de saturação das tiragens, que se estabilizaram, quando não tendem a decrescer gradualmente. A situação é outra nos países emergentes como o Brasil, onde um largo contingente da população, à medida que seus padrões de educação e consumo melhorem, poderá ser incorporado ao público leitor. Os índices de educação alcançados pela imprensa brasileira sugerem que isto já esteja ocorrendo. Segundo estimativas da Associação Nacional de Jornais, a circulação de periódicos em todo o país cresceu 21% entre 1991 e 1996. Se tomarmos como ponto de partida a redemocratização, em 1985, a circulação dos quatro jornais de influência nacional aumentou 67% (no caso da Folha, 116%); a das duas principais revistas, 135% (MANUAL DA FOLHA, 1997, p.15).

Em meio a tanta mídia e tantos aparatos tecnológicos informativos, a utilidade dos jornais crescerá se eles conseguirem não só organizar as informações inespecíficas, ou seja, aquela que interessa a toda pessoa que saiba ler, como também torná-la mais compreensível. Isso garante uma heterogeneidade de público. Não há uma segmentação e qualquer pessoa que for alfabetizada poderá entender aquilo que está lendo. Em outras palavras, o jornalismo impresso terá que dinamizar os conteúdos apresentados a fim de captar diferentes leitores.

Uma tal mudança implica repercussões na pauta, na reportagem, no texto, na edição. É preciso maior originalidade na identificação dos temas a ser objeto de apuração, bem como uma focalização mais precisa de sua abordagem. Pesquisas de opinião possibilitam conhecer um pouco melhor as necessidades do público e aproximar da vivência concreta do leitor a pauta do jornal. Mas não substituem o discernimento necessário para detectar a ocasião jornalística nos fatos que reúnam o geral e o específico, em que um processo relevante ou emergente apareça entrelaçado com sua manifestação mais sintomática e humana. Essa preocupação deveria nortear a elaboração do jornal, da pauta à edição (MANUAL DA FOLHA, 1997, p.18).

O Projeto Folha foi criado, contudo, para dinamizar o modo de se fazer jornalismo. O modelo clássico ainda existe. As folhas dos jornais continuam em branco a espera de grandes matérias, mas também de grandes idéias para que a leitura se torne



mais satisfatória. O profissional tem em mãos a chance de expandir os horizontes através de palavras que estará numa sociedade totalmente heterogênea e capaz de fazer diferentes interpretações através das matérias escritas. A opinião pública nada mais é do que isso. Opinião e discussão são os melhores termômetros de uma boa leitura. A repercussão de uma matéria bem escrita é imediata. O Projeto Folha prevê uma análise qualitativa dos conteúdos, mas acima de tudo, define um caminho a qual seus profissionais seguirão. O resultado é visto nas edições do jornal mais vendido do Brasil.

#### **4. Análise dos conteúdos da *Folha* nos meios impressos e on-line**

Os jornalistas são seres pragmáticos que enxergam na ação e na apuração um meio eficaz de se chegar à notícia. Na corrida contra o tempo de fechamento de matérias e impressão de jornal, o jornalista busca conciliar, da melhor forma possível, o hiato entre a informação bruta e a matéria totalmente produzida. Para que esta matéria seja veiculada, os jornalistas utilizam além dos mecanismos de apuração, algo que os diferenciam dos demais profissionais da comunicação, a linguagem. Os jornalistas se diferenciam dos escritores, por exemplo, por que utilizam o “jornalês”, que segundo Nelson Traquina, é uma linguagem própria dos jornalistas:

Uma das características principais desta fala, desta escrita, é a sua qualidade de ser compreensível. Os jornalistas precisam comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais existentes numa sociedade. Para atingir este público heterogêneo, a linguagem jornalística deve possuir certos traços que vão no sentido de ser compreensível: a) frases curtas; b) parágrafos curtos; c) palavras simples (evitar palavras polissilábicas); d) uma sintaxe direta e econômica; e) a concisão; e f) a utilização de metáforas para incrementar a compreensão do contexto (TRAQUINA, 2005, p.46.).

A linguagem é uma ponte entre o jornalista e o leitor. É ela a forma de comunicação e a principal fonte de informação que se utiliza. De certo, cada forma de se passar a notícia vai variar de cada veículo de comunicação. A televisão passa a notícia de uma forma, o rádio passa de outra, bem como o jornal impresso de outra. Tudo isso está ligado às questões físicas de cada veículo. A televisão utiliza o recurso da imagem, então, o texto corrido pelo apresentador do jornal deve ser ilustrativo, diferentemente do rádio, que tem que descrever a cena para que o ouvinte crie um



cenário mental para entender a notícia. Também é assim no jornalismo impresso. Os leitores também criam um cenário mental para imaginar a cena, só que, este é proveniente da leitura e não da audição.

A internet também não poderia ser diferente. Mesmo sendo um veículo que agrega os demais veículos de comunicação, a internet também carrega consigo as mesmas regras das outras mídias. Se na internet é veiculado um vídeo, este irá seguir o mesmo padrão da televisão (ter um texto ilustrativo); se está sendo divulgado um texto, este seguirá às mesmas regras dos jornais impressos (ter um texto interpretativo); assim também é com as rádios *online*, os locutores também deverão apresentar uma fala descritiva. De certo, a convergência dessas mídias em um único veículo dá margem para que as pessoas decidam qual é a melhor forma de se receber uma notícia, se é ouvindo-a, lendo-a ou assistindo-a. O leque de recepção é maior e isso garante divulgação imediata, até mesmo, precisa.

### **A adequação das mídias para o meio digital**

O avanço dos meios de comunicação trouxe consigo a concorrência. Os veículos se viram ameaçados e suas bases estruturais tiveram que sofrer modificações para se manter viva no mercado da comunicação. De fato, a concorrência é um fator estimulador de modificações e, conseqüentemente, de avanço. Transformar para sobreviver, se adequar para não cair, inovar para faturar, questões dinâmicas que fazem parte não só das empresas de comunicação como também faz parte das leis de mercado. Quem ganha com isso são os consumidores, lê-se leitores, que obtêm sempre melhores conteúdos e melhores condições de aquisição da informação.

Mais uma vez vamos citar a internet. Esta grande propagadora de informação, talvez até a maior, chegou como uma forma de veiculação da informação com a periodicidade mais rápida. Em relação às outras mídias, a internet é a que mantém a periodicidade mais irregular, porque as notícias podem ser divulgadas quase no mesmo instante que acontece. Este imediatismo foi fator preponderante na concorrência com as outras mídias porque garante, quase sempre, a divulgação das principais notícias em primeira mão, ou seja, os furos de notícias são geralmente divulgados pela internet. O imediatismo, porém guarda uma faceta perigosa para os jornalistas, a apuração não completa dos fatos. Na ânsia da divulgação da notícia, detalhes podem ser esquecidos



ou, até mesmo, não apurados. É comum neste caso que informações erradas sejam divulgadas. Erros constantes causam falta de credibilidade para o veículo de comunicação.

Mas, não vamos nos ater a este questionamento. Trataremos então da questão da adequação dos jornais mediante aos novos aparatos tecnológicos. Um dos exemplos mais claros de adequação é a criação dos jornais *online*, versões dos jornais impressos na internet. Este novo meio de divulgação nos jornais adequou as necessidades de divulgação imediata dos conteúdos sem que a mesma ficasse velha ou ganhasse uma velha abordagem ao serem impressas. O jornal *Folha de São Paulo*, por exemplo, mantém uma versão *online* no site <<http://www.folha.com.br>>, com todos os cadernos que estão presentes no meio impresso. As reportagens são publicadas em editoriais e as matérias principais são apresentadas em um *slideshow* na parte superior da tela. Esse recurso serve para além substituir a função da foto de capa nos impressos, serve para divulgar outras matérias também de igual importância.

### **As publicações das matérias no meio *online***

Mesmo sendo mídias diferentes, as versões dos jornais da *Folha online* e impressa recebem o mesmo tratamento em relação a produção e veiculação. Os processos de captação da informação, triagem e posterior divulgação são seguidos pelos profissionais que compõem a *Folha*. Contudo, a diferença está na forma como são apresentadas as matérias. Por se tratar de diferentes mídias, elas receberam um tratamento editorial diferente para se adequar a cada veículo.

Na edição do dia 2 de junho, por exemplo, o jornal impresso publicou uma reportagem sobre o a crise política na Bolívia com o seguinte título: “Bolívia tem focos de choques em referendo”. Em seu *lead* havia a seguinte informação: “As regiões bolivianas de Beni e Pando realizaram ontem com focos localizados de violência seus referendos autonômicos, mais recente capítulo da queda-de-braço entre governadores de oposição e o governo do presidente Evo Morales”. Já na versão *online* do jornal o título se apresentava “Crise na Bolívia aumenta com aprovações de estatutos em Beni e Pando”, e em seu *lead* foi publicado “A crise política na Bolívia aumenta progressivamente com o avanço do processo autonomista liderado por opositores ao



presidente Evo Morales e com a aprovação dos novos estatutos dos departamentos (Estados) de Beni e Pando, que o governo não reconhece”.

Nesta mesma edição, também nesta mesma página, havia uma matéria que falava sobre a vitória de Hillary Clinton em um estado na concorrência a uma vaga na corrida a presidência dos Estados Unidos. Em seu título constava “Hillary se apega a 17 milhões de votos”, e seu lide trazia a seguinte informação: “Amparada pelo fluxo de votos populares computados nas últimas horas, Hillary Clinton viu crescer seu argumento de elegibilidade. Com a vitória prevista e acachapante ontem em Porto Rico e a solução dos Estados pendentes de Flórida e Michigan, sábado em Woshigton, a senadora passou a frente de Barack Obama em pelo menos uma maneira de calcular esse quesito nessa fase de corrida democrata pela candidatura a Presidência”. Em sua versão *online*, “Hillary ganha com ampla margem em Porto Rico”, como título e como lead “A pré-candidata democrata à Presidência dos EUA Hillary Clinton venceu com ampla vantagem as primárias democratas de Porto Rico neste domingo. Com todos os votos contabilizados, ela conseguiu 68% dos votos contra apenas 32% do rival, Barack Obama”.

Nos dois exemplos as versões que são apresentadas tanto no meio impresso quanto no meio *online* se referem sobre os mesmos assuntos. O que diferencia, no entanto, é a linha editorial que permeia as matérias. Por uma questão de adequação, as matérias são publicadas com diferenças em título e lead. O título no jornal impresso tem que preencher perfeitamente a “boneca” do jornal, daí uma explicação para a mudança no título, contudo, na apresentação do lead, as diferenças foram maiores. Os leads do impresso não apresentam as informações mais importantes do texto, daí, existe a necessidade da leitura de toda a matéria para saber o desfecho do assunto, diferentemente do jornal *online*, que apresenta todo o assunto de uma forma mais curta, objetiva e concisa. Isto ocorre porque o leitor não tem a mesma paciência de ler todo o texto no computador e abandona a leitura.

Segundo Felipe Pena (2005), o lead é o primeiro parágrafo de uma notícia. É o que tem de mais importante, um relato sintético do acontecimento logo no começo do texto, respondendo às perguntas básicas do leitor: “o quê”, “quem”, “como”, “onde”, “quando” e “por que”. Os conteúdos apresentados nas duas reportagens citadas acima tiveram o conceito de lead seguido somente na versão *online*. A leitura do lead no jornal impresso pedia também a leitura de toda a reportagem. Nas duas ocasiões as diferenças



entre os conteúdos *online* e em folha são enormes, mas isso não quer dizer que as matérias publicadas na internet eram mais completas. Nas duas versões todas as respostas eram respondidas bem como seus assuntos com informações completas.

Todas as editorias apresentadas na versão on-line apresentam *links* diversos abaixo das matérias como forma de levar o leitor a se aprofundar sobre o assunto ou conhecer outros assuntos. Segundo Ferrari (2009, 42) na Internet “saltamos de um lugar para outro – seja na mesma página, em páginas diferentes, línguas distintas, países distintos etc”. Não existe uma linearidade na leitura como acontece quando lemos um livro, por exemplo. O hipertexto nos proporciona sermos agentes da leitura e da informação.

Outra vertente interessante é a possibilidade de se comentar as notícias que foram veiculadas na Internet. Segundo Lúcia Santaella (2004,160) a comunicação interativa é um intercâmbio de informação entre emissor e receptor: “isso quer dizer que as mensagens se produzem numa região intersticial em que emissor e receptor trocam continuamente de papéis. No caso da *Folha Online* esta interação é possível através do item “Comente esta reportagem”, que possibilitar ao internauta opinar sobre o assunto ou até mesmo criticar ou argumentar como foi produzida a matéria.

Credibilidade, confiança e acima de tudo, informar com responsabilidade serão sempre apresentadas nas edições da *Folha de São Paulo*, sejam elas impressas ou não.

## **5. Considerações Finais**

Diante das diversidades tecnológicas e científicas que a todo o momento surpreendem a sociedade, os demais campos sociológicos se vêem “obrigados” a sofrer uma espécie de mutação. Uma adequação que de forma direta vai influenciar na rotina de todos em geral. Com a comunicação não seria diferente. Aproveitar as diversas inovações tecnológicas e transformá-las em fontes de trabalho foi uma espécie de “adequação”.

No campo da comunicação, a globalização tornou possível a convergência de mídias. No entanto, apesar das novas tecnologias, o jornalismo impresso continua trilhando o seu caminho. Foi constatado que as mídias de uma forma geral tiveram que se adequar à essas novas tecnologias e com ela uma nova forma de se fazer jornalismo.



O jornal *Folha de São Paulo*, analisado neste artigo, mantém uma versão *online* do da sua edição. Nela, reportagens são publicadas com um tratamento editorial diferente do meio impresso para se adequar àquela mídia. A forma de tratamento é diferente, mas o conteúdo apresentado é o mesmo. Qualidade e seriedade na divulgação das matérias continuam em alta num dos jornais de maior prestígio do Brasil.

## 6. Referências

CÁCERES, Florival. **História Geral**. São Paulo: Moderna, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (Col. A era da informação: economia, sociedade e cultura).

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2004.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: ed. 34,1996. (Coleção TRANS). Título original: “Qu’est-ce que lê virtuel?”

Manual da Folha de São Paulo, agosto de 1997.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto. 2005.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação online**. São Paulo: Summus, 2003. (Coleção novas buscas em comunicação; v. 71)

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imerssivo**. São Paulo. Paulus, 2004.

TRAQUINA, NELSON. **Teorias do Jornalismo**. A tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2009. (Coleção Comunicação)