



Vai pra onde? O futuro do jornal impresso¹

Priscila dos Santos PACHECO²

Fábia Angélica DEJAVITE³

Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP

Resumo

O jornal impresso é a mídia que mais sofre especulações quando do surgimento de uma nova mídia ou mesmo tecnologia de informação. Nos últimos 50 anos - em especial nos EUA e na Europa - vem perdendo assinantes. No entanto, no Brasil, recentemente tem crescido em número expressivo. Nesse sentido, este trabalho busca discutir a visão dos jornalistas do eixo Rio-São Paulo sobre o futuro deste meio de comunicação.

Palavras-chave: jornalismo – jornal impresso – jornalista – Perspectivas

Introdução

No ano de 2006 a revista *The Economist* trouxe em sua capa a seguinte pergunta: “Quem matou o jornal?”. Esta interrogação é fruto da crise que a imprensa escrita passa desde que a tecnologia permitiu a transmissão de notícias numa velocidade talvez jamais imaginada pelos jornalistas no século XVI.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 1º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi, email: pricsp11@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação (ECA/USP). Autora do livro *INFOtenimento: informação e entretenimento no jornalismo*, ed. Paulinas, 2006. Líder do grupo de Pesquisa do CNPq Jornalismo e Entretenimento. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Anhembi Morumbi, email: fdejavite@hotmail.com



O crescimento da internet, das mídias sociais e das novas tecnologias da informação são os grandes fatores que levam a muitas das especulações e previsões maniqueístas em relação ao futuro da mídia impressa.

Embora no Brasil os dados nos últimos 10 anos demonstrem uma evolução dessa mídia, devido ao crescimento econômico, também se tem por aqui um debate acalorado.

Diante desse quadro, esta pesquisa tem como objetivo principal identificar a opinião dos jornalistas brasileiros sobre o futuro do jornal impresso. A principal característica é a pesquisa exploratória, com base na entrevista focalizada, empregada junto a 62 jornalistas que trabalham no eixo Rio-São Paulo.

1. Contextualização

Os textos informativos publicados pelos periódicos ameaçados de “extinção” estão na história desde quando eram utilizados somente para transmitir informações sobre os acontecimentos do Império Romano. No decorrer da história surgiram as *letteri d’avisi* e posteriormente as gazetas, ambas traziam informações relacionadas ao comércio.

“Afim, alguém imprime as primeiras gazetas. E com o nascimento do jornal, a relação entre condicionamentos externos e fato cultural torna-se ainda mais precisa: o que é um jornal, se não um produto, formado de um número fixo de páginas, obrigado a sair uma vez por dia, e no qual as coisas ditas não serão mais unicamente determinadas pelas coisas a dizer (segundo uma necessidade absolutamente interior), mas pelo fato de que, uma vez por dia, se deverá dizer o tanto necessário para preencher tantas páginas? A essa



altura, estamos já em plena indústria cultural.”
(ECO, 1987, p. 14) ⁴.

Em 1447 Johannes Gutenberg inventou a prensa gráfica que beneficiou a produção jornalística de maneira marcante. No entanto, foi na Revolução Industrial que o jornal começou a passar por modificações mais radicais. Pois a industrialização produziu máquinas, como impressoras mais potentes, linotipo (máquina de composição tipográfica e de fundição de caracteres por linha) e o telégrafo, que permitiram maior velocidade na produção e difusão das notícias.

No fim do século XIX a produção jornalística encareceu, a publicidade ganhou força no financiamento da imprensa e a estética dos jornais passou por mais transformações, um exemplo, é o surgimento das manchetes. Além disso, apareceram os folhetins literários que atraíam leitores por meio de romances que fantasiavam a realidade. Logo o jornal tornou-se um negócio lucrativo dando origem a magnatas, como Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst, que criaram grandes jornais sensacionalistas nos Estados Unidos.

Já no Brasil a história da imprensa é mais recente, pois antes da chegada da família real, em 1808, a produção jornalística era proibida. Quando Dom João VI chegou à colônia criou a Imprensa Régia, que começou a produzir a Gazeta do Rio de Janeiro, periódico que difundia ideias monarquistas. No entanto, este não foi o primeiro jornal brasileiro, pois em Londres o jornalista Hipólito José da Costa editava o Correio Braziliense, o qual era constituído por uma ideologia republicana e circulava clandestinamente por terras brasileiras.

⁴ Apocalípticos e Integrados. ECO, Umberto. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.



Ainda no período que antecedia a independência do Brasil surgiram novos periódicos que defendiam a dependência do país em relação a Portugal. Um famoso periódico da época foi o monarquista “O Amigo do Rei e da Nação”, de Ovídio Saraiva de Carvalho e Silva. Assim, as ideias políticas do país começaram a ser expostas publicamente. Logo após a independência do Brasil a defesa do republicanismo e da abolição da escravidão ganhou forças nas publicações. O jornal “A Província de São Paulo”, atual “O Estado de São Paulo”, surgiu em 1875 com o forte ideal de destruir a monarquia e a escravidão.

Todavia, da mesma maneira que no exterior os assuntos presentes nos jornais não permaneceram somente nas questões políticas, a imprensa brasileira interessada em aumentar as vendas e em prender a atenção do leitor também começou a investir na confecção de folhetins literários. A literatura adentrou as páginas jornalísticas por meio de folhetins estrangeiros traduzidos para o português. Logo depois surgiram os escritos por consagrados membros da literatura nacional, como, por exemplo, Manuel Antônio de Almeida, que escreveu Memórias de um Sargento de Milícias, que era publicado semanalmente no jornal Correio Mercantil, do Rio de Janeiro.

A partir da década de 1960 a tecnologia adentrou as redações jornalísticas de todo o mundo para fazer com que a produção do jornal ficasse ainda mais potente. No Brasil, por exemplo, a Folha de São Paulo foi a pioneira na modernização tecnológica, pois começou a utilizar a impressão offset em cores, abandonou a composição a chumbo para adotar o sistema de fotocomposição, inaugurou a primeira redação informatizada na América do Sul e em 1996 lançou o primeiro serviço on line de grande porte no país.



Apesar da polêmica que gira em torno do desaparecimento do jornal o que está evidente é que em pleno século XXI ainda permanecem vivos grandes e importantes jornais em todo o mundo, como o The Times (Começou a circular com o nome de The Daily Universal Register, em 1785), The Guardian (1821), The New York Times (1851) e O Estado de São Paulo (Começou a circular com o nome de A Província de São Paulo, em 1875).

2. O surgimento dos principais concorrentes

No século XX o rádio e a televisão ganharam a simpatia da sociedade mundial tomando mais tempo das pessoas que os veículos impressos.

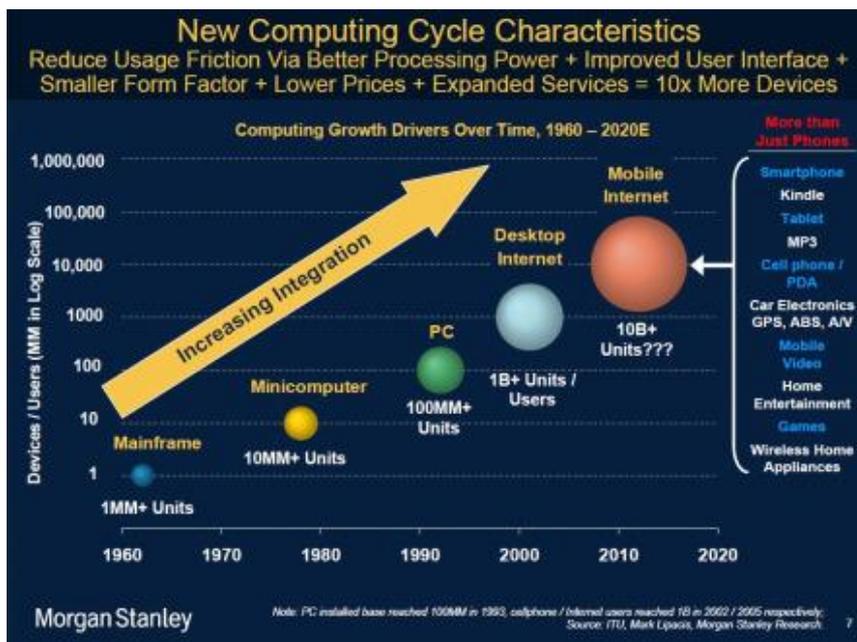
“Liderada pela televisão, houve uma explosão da comunicação no mundo todo, nas três últimas décadas. No país mais voltado para a TV, os EUA, no final dos anos 80 a TV apresentou 3.600 imagens por minuto, por canal. De acordo com o Nielsen Report, a casa americana média mantinha o aparelho de TV ligado cerca de sete horas por dia, e o tempo de assistência real foi estimado em 4,5 horas diárias por adulto. A isso, seria necessário acrescentar o rádio, que oferecia cem palavras por minuto e era ouvido por uma média de duas horas por dia, principalmente no carro. Um jornal diário médio oferecia 150 mil palavras, e estimava-se que sua leitura diária levava entre 18 e 49 minutos, enquanto revistas eram examinadas por aproximadamente seis a trinta minutos, e a leitura de livros, inclusive dos relacionados com trabalhos escolares, levava cerca de 18 minutos por dia.” (CASTELLS,2000, p.358)⁵

No entanto, é a internet que está sustentando a crise da mídia impressa, principalmente nos países

⁵ A Sociedade em Rede. CASTELLS, Manuel. Volume 1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

desenvolvidos. Segundo uma pesquisa divulgada pelo Pew Research's Center Project for Excellence in Journalism (PEJ), em 2011, as tiragens e o número de profissionais nas redações estão diminuindo. A pesquisa mostra que os americanos estão dando prioridade ao uso da web para o acompanhamento de informações. E a publicidade segue o mesmo caminho.

Esta situação tem ganhado vantagem por causa do avanço da tecnologia que permite a leitura de textos nos mais diversos lugares graças à invenção de aparelhos, como *smartphones*, *e-reader* e *tablets*. Inclusive o uso desses aparelhos em relação aos computadores fixos aumentou bastante. A seguir está o gráfico produzido devido a um estudo divulgado pela Morgan Stanley, em 2009, que mostra essa situação.



Fonte: <http://www.assugua.com.br/blog/?p=317>.
Acesso 25/06/2011

Já no Brasil, a Associação Nacional dos Jornais (ANJ) mostra que a produção de periódicos ainda está em alta. Por exemplo, em 2001, o Brasil possuía cerca de 1.980 jornais. Já em 2009 este número alcançou os 3.466.

Para o coordenador do curso de jornalismo da PUC-Rio, professor Leonel Aguiar, o crescimento nas tiragens ocorreu devido à melhoria econômica do país nos últimos anos.

3. Discussão dos resultados

Em virtude destes questionamentos relacionados ao futuro do jornal realizou-se uma pesquisa com 62 jornalistas dos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro (os dois maiores mercados jornalísticos do Brasil). Para todos os profissionais, foi feita a seguinte pergunta: “Você acha que o jornal impresso poderá ser extinto por causa do crescimento da internet”?

Os 62 profissionais estão empregados em veículos pequenos, médios e grandes. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, por telefone e e-mail.

Com base nos resultados obtidos, pode-se classificar as respostas em 03 grupos. Muitos profissionais da área expressam opiniões que lembram o tema central de Apocalípticos e Integrados, livro escrito por Umberto Eco na década de 1970. Portanto, aqueles que estão crentes que a mídia impressa será extinta são os Apocalípticos, 10 dos que responderam a questão. Já os que acreditam que o jornal resistirá aos adventos da informática são os Integrados. Estes são maioria, pois totalizam 47 jornalistas. E há, ainda, um terceiro: os Moderados, que contam com apenas 5 respostas.

No grupo dos integrados estão presentes aqueles que acreditam na permanência do jornal mesmo com o advento da internet. Um argumento bastante utilizado por estes defensores é de que o jornal deve modificar-se. Dentre as modificações citadas estão: a interatividade com as outras mídias, principalmente a internet; o conteúdo

deve ser mais analítico e aprofundado; a distribuição do conteúdo deve passar por reajustes; a diagramação deve ser atraente.

Outros pontos defendidos pelos integrados são os de que a internet possui agilidade na veiculação das notícias, mas não apresenta profundidade na abordagem dos assuntos nem são completamente confiáveis, principalmente por causa da velocidade das publicações; as tecnologias portáteis, como *tablets* e *smartphones* ainda não estão completamente difundidas, o preço dos aparelhos é elevado assim como o acesso à internet. Já o impresso, para eles, tem poder de ser um documento muito importante com o potencial de registrar a história de uma cidade, em especial as que ficam no interior dos estados e a informação no papel tem mais credibilidade.

Para o repórter do jornal O Dia, Geraldo Perelo, as mídias eletrônicas, em tempo real, não têm condições de oferecer uma informação mais cuidadosa e elaborada por causa do imediatismo.

“É comum a “barrigada” (informações erradas, não checadas) em portais de informação, em tempo real, exatamente pela falta de tempo para apuração dos fatos. O jeito é fazer as correções necessárias, de tempo em tempo, para ir situando o internauta, o expectador ou o telespectador, aos poucos. O jornal, por sua vez, usa o tempo disponível para esmiuçar (investigar, analisar) repercutir, desdobrar, incrementar, ilustrar (com fotos, infografia etc) a informação, de forma a dar melhor subsídios à formação de opinião. O leitor do jornal não quer mais saber que o prédio desabou; isto, ele já tomou conhecimento pela internet, rádio e televisão. Ele vai comprar o jornal no dia seguinte para saber, “por quê?” – a obra foi mal feita, faltou fiscalização da prefeitura etc, informação que geralmente resulta de um trabalho mais detalhado, repito, mais investigado.” (Geraldo Perelo, repórter do jornal O Dia)⁶

⁶ Geraldo Perelo, repórter do jornal O Dia. Entrevista realizada no dia 20 de abril de 2011.

Já o jornalista do O Estado de São Paulo, Roberto Godoy, pensa que os jornais impressos terão vida longa e próspera, mas terão de ser mais inteligentes e possuir diferenciais em relação às plataformas eletrônicas. “Circulação menor, preço maior, conteúdo analítico, feito por profissionais de elevada capacidade para atender a demanda de leitores qualificados – essa é a fórmula.”, afirma Roberto Godoy.

O jornalista da Folha de São Paulo, Cristiano Cipriano Pombo, acredita que sempre haverá adeptos do papel e que o jornalista atual precisa estar preparado para trabalhar nos dois campos. Cristiano também aponta que a Folha de São Paulo produz o Projeto Gráfico, que apresenta produtos novos para o jornal com o intuito de atrair o leitor. Por exemplo, hoje a Folha está mais colorida e com letras maiores.

Um dos expoentes do grupo dos Moderados é o editor assistente do O Estado de São Paulo, Ivan Marsaglia, que argumenta que não é a internet que ameaça a existência do jornal impresso. Segundo ele, “... é preciso aguardar para ver”.

O grupo dos apocalípticos também não integrou muitos adeptos. Os poucos, 10 jornalistas, que acreditam no fim do jornal usaram como argumento o crescimento da internet, em especial, o fato de esta ser um ambiente relativamente mais livre e anárquico, além da praticidade e da capacidade de seleção que o leitor possui no mundo virtual, bem como a agilidade na veiculação das notícias.

O repórter fotográfico do jornal O Globo, Marcos Alves, acredita que além da tecnologia há a questão ecológica, pois para a produção do papel usado no jornal impresso há o uso de celulose e água.

Já o repórter do O Estado de São Paulo, Carlos Lordelo, pensa que a internet não será a única responsável

pela extinção do jornal impresso, pois estão surgindo equipamentos cada vez mais sofisticados e a nova geração já nasce acostumada a ler telas de computador. Além disso, o meio digital permite a utilização de podcasts, vídeos e extensas galerias de imagens, algo impossível no jornal impresso. O repórter e colunista da Folha de São Paulo, Rodrigo Bueno, argumenta que o jornal em papel ocupa mais espaço físico, é relativamente caro, tem alcance e tamanhos limitados e não é um produto dos mais ecologicamente corretos. Podendo um dia acabar se continuar da maneira como é visto hoje.

Considerações finais

Em virtude da observação das respostas emitidas pelos jornalistas é visível que, apesar da queda na tiragem dos jornais em diversos lugares, como nos Estados Unidos, a maioria dos profissionais da área não acredita numa possível extinção do jornal impresso.

No entanto, os argumentos utilizados mostram que a mídia impressa precisa passar por mudanças para se manter ativa mesmo que em poucas tiragens. Dessa forma, é possível analisar que não é apenas o crescimento da internet, aparecimento de novas mídias e questões ecológicas que comprometem o futuro deste veículo, mas também o seu próprio estilo, tanto no conteúdo do texto quanto na diagramação das páginas.

Portanto, apesar de ainda não haver certeza do desaparecimento do jornal é evidente que este necessita passar por transformações rapidamente.



Referências Bibliográficas

Livros:

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. Volume 1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.

GOMES, Laurentino. *1808*. São Paulo: Planeta, 2007.

NOBLAT, Ricardo. *A Arte de fazer um jornal diário*. 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2003.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 28, 32, 33, 34, 35, 36.

ROMANCINI, Richard. LAGO, Claudia. *História do Jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

Sites:

<http://www.assugua.com.br/blog/?p=317>

<http://www.estadao.com.br/historico/cronologia/crono1.htm#>

<http://www.estadao.com.br/historico/resumo/conti1.htm>

<http://blogs.estadao.com.br/renato-cruz/a-morte-do-jornal-impresso/>

<http://www.economist.com/node/7827135>

http://www.economist.com/node/7830218?story_id=7830218

<http://www.economist.com/node/13004377>



<http://www.economist.com/node/17853358>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/>

http://www.journalism.org/analysis_report/navigating_news_online

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/pesquisa-tenta-desvendar-os-misterios-do-leitor-virtual>

<http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=9374&sid=55>

<http://stateofthedia.org/2011/overview-2/>



