



O Jornalismo tradicional e a atuação na web¹

Angela Cecília Confortin²

Michelle Sprandel³

Universidade Tuiuti do Paraná - UTP - PR

Resumo: Este trabalho apresenta uma breve contextualização da evolução do jornalismo com o objetivo de analisar a adaptação da atividade do profissional frente a internet. A proposta é apresentar algumas considerações sobre a possível “queda” do papel do jornalista tradicional pelo jornalista que atua na web. O jornalismo vem passando por transformações, e isso é resultado de inovações tecnológicas e das interferências positivas da Internet. O artigo tem como base teórica referências em De Quadros (2002), Pinho (2003), Beltrão, (1993), Travancas (1993), Moherdau, (2000), Herscovitz (2002).

Palavras-Chave: Jornalismo; Internet; Comunicação;

O Jornalista

Jornalismo. Citado por muitos como o quarto poder da sociedade, tema e personagem principal de inúmeros livros e filmes, o jornalismo sempre foi pauta de discussões sociais como um dos setores mais influentes da humanidade. E não é para menos. É através da atuação do profissional jornalista que o mundo conhece o mundo, que as informações circulam e que os fatos são contados e a história apresentada.

A profissão do Jornalista tem valor de status, de poder, influência e conhecimento, é eternizada e representada em seus personagens de Hollywood. Interpretada pela sociedade como uma profissão capaz de mudar e modificar as estruturas sociais, tal é a sua importância que, o jornalismo investigativo e de denúncia cresceu e ganhou espaço, muitas vezes substituindo papéis e responsabilidades de outros “poderes”.

¹ Trabalho para o GT Jornalismo, do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

² CONFORTIN, Angela Cecília, Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo – UNOCHAPECÓ - SC. Pós-graduada em Marketing – UNOESC - SC. Mestranda em Comunicação e Linguagens - Universidade Tuiuti do Paraná – PR. Atualmente professora Celer Faculdades. E-mail: angelaconfortin@yahoo.com.br

³ SPRANDEL, Michelle, Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda – UNOESC –SC. Pós-graduada em Gestão de Marketing – UNOESC -SC. Mestranda em Comunicação e Linguagens - Universidade Tuiuti do Paraná – PR Atualmente professora na Universidade do Contestado - UNC. E-mail: michellesprandel@gmail.com



Vejam apenas, as denúncias de corrupção política no Brasil, quem investiga e quem ouve e denuncia é o jornalismo, ficando a polícia e órgãos competentes em segundo plano.

Para definir a profissão Beltrão diz: “Jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum”. (BELTRÃO, 1992,p. 67). Em Jornalismo na Internet:

Jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editora/emissora) e coletividade (públicos/receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos ou ideológicos). (PINHO, 2003, p. 56)

Na vida real não é tão cor-de-rosa como nas telas dos cinemas. É uma profissão especial em relação a muitas pela sua interferência e responsabilidade social, isso sim. Mas é um desafio constante de adaptações, busca de conhecimento, atualização, ética, jogos políticos e comerciais.

Em seu livro, O mundo dos Jornalistas, Travancas (1993), narra à rotina e vida profissional do jornalista. A descrição segundo ela, são profissionais super-ativos, que trabalham horas e horas por dia, dormem tarde, são viciados em trabalho, vivem em plantão e em busca do furo. Comem, e dormem mal. Vida familiar restrita devido ao excesso de trabalho. Estão sempre presentes em eventos e acontecimentos sociais. São fascinados pelo que fazem e possuem muito respeito e responsabilidade diante da população.

O reconhecimento da profissão hoje, se deve aos resultados da evolução considerável que o jornalismo teve nos últimos anos. Evolução esta, quando se refere às tecnologias de informação e instrumentos (processos) de trabalhos.

Contextualizando essa evolução do jornalismo e da mídia partimos do início da civilização, a troca e a circulação de informações eram importantes e estavam no cotidiano e na vida das pessoas (TRAVANCAS, 1993). A explosão da necessidade de circulação da informação ocorreu durante o século XVII, com a Revolução Industrial, quando a imprensa ganha força e inicia seu processo de profissionalização. Na



Revolução Francesa, em 1789, os jornais tomam a forma que temos até hoje, com várias páginas e temas diversos.

Nesta mesma época nasce o primeiro jornal nos Estados Unidos, o *Boston News Letter*. Também neste século ocorreu a impressão em grande escala. Os Estados Unidos desenvolveram a imprensa, de forma expressiva em relação a outros países. Foi com eles que a imprensa tomou grandes proporções com jornais de até 29 edições por dia e mais de 30 páginas.

Neste mesmo período, surgiram várias inovações como a imprensa a vapor, a máquina de composição - a linotipo, entre outras. Já no século XIX, a industrialização influenciou o desenvolvimento da imprensa, com a chegada do telégrafo e do telefone houve a distribuição de notícias pelo mundo. Surge, a primeira agência de notícias, a *Havas-Reutersm*, francesa, fundada em 1832, que filtrava as informações e imagem do mundo e distribuía aos cinco continentes.

No século XX entra em cena um novo veículo de informação que revolucionou a comunicação de massa, o rádio. Antes disso vale lembrar, que a comunicação era limitada à imprensa com tiragem de jornais, revistas e outros periódicos.

De início, o rádio chegou a assustar os jornais e seus jornalistas, temerosos de que, por sua causa, houvesse uma queda da tiragem daqueles periódicos. Isso não ocorreu, mas a nova mídia proporcionou ao jornal impresso a oportunidade de adquirir uma feição mais específica, já que este último não poderia noticiar um fato no mesmo instante em que ele ocorresse, como o rádio. (TRAVANCAS, 1993, p. 18)

Outro grande marco foi à chegada da televisão, em 1939 nos Estados Unidos e assim como o rádio, o jornalismo desenvolveu neste veículo seu grande crescimento e visibilidade, após a Segunda Guerra Mundial. A primeira grande transmissão jornalística via televisão foi o ataque japonês a *Pearl Harbour*, em 1941.

No Brasil, a chegada da imprensa data por volta de 1808, com o jornal *Correio Braziliense* que tratava de temas políticos. O rádio veio em setembro de 1922, quando o presidente Epitácio Pessoa, fez um discurso transmitido no Rio de Janeiro, na inauguração da Exposição do Centenário da Independência. No ano seguinte foi fundada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A televisão chega em 1950, em São



Paulo com Assis Chateaubriand, com a TV Tupi. O jornalismo televisivo foi inaugurado no Brasil com o telejornal “Imagens do Dia”.

No boom da Internet

Assim como o rádio causou efeitos sobre os jornais, a televisão sobre os jornais e rádio, a internet trouxe o *boom* em relação a comentários, críticas e até mesmo teorias sobre os efeitos e a extinção da procura por meios de informação tradicionais, principalmente o jornal impresso. Os primeiros passos da Internet são registrados na década de 70, nos Estados Unidos quando se iniciou uma série de experiências para cabear cidades e amenizar problemas sociais. As experiências foram aprimoradas e desenvolve quatro tipos de tecnologias, a conexão via linha telefônica, a tevê por cabos, as redes de televisão comerciais e redes de televisão públicas. Surgiu então, a *Information Superhighway* (supervia de informação).

Foi da Infovia, que a internet se consolidou no início dos anos 90. *Tim Bernes*, um britânico especialista em computação, que trabalhava no Laboratório Europeu de Física de Partículas (Cern), em Genebra, desenvolveu o projeto da *World Wide Web*, a parte multimídia da Internet (MOHERDAUI, 2000,p. 18).

O termo Internet é devido a expressão inglesa “ *Interaction or Interconnection Between computer Networks*”. A internet é um conjunto de centenas de redes de computadores conectados em diversos países que compartilham informações através de conexões via linha telefônica comuns, linhas de transmissão de dados delicadas, satélites, linhas de microondas e cabos de fibra óptica.

Segundo Pinho, a Internet, fisicamente é como uma estrada da informação-mais propriamente uma “superestrada da informação”, isto é, um mecanismo de transporte que conduz os dados por um caminho de milhões de computadores interligados. “Os pacotes de informação viajam então por meio das redes que compõem a Internet, seguindo um caminho que passa por muitos níveis diferentes de redes em vários tipos de linhas de comunicação”. (PINHO, 2003, p. 42)

No entanto podemos considerar que, o início da informação digital está nos Estados Unidos na década de 80, com a produção jornalística para Internet disponível pela *American Online*, ao segmento público. Mas o primeiro grande jornal, a oferecer serviços on-line foi o *The New York Times Information Bank*, que disponibilizava textos



complementares de suas edições impressas para usuários que possuíam computadores, isso na década de 70.

Outro precursor foi o jornal de Ohio, o *Columbus Dispatch* que em 1980, colocou todo seu conteúdo a disposição na *web* cobrando uma taxa de serviços aos possuidores de computadores. Com o desenvolvimento da *World Wide Web*, o jornalismo on-line disparou e foi adaptado por quase todos os jornais impressos.

No Brasil, os investimentos em serviços de informação on-line surgiram nos anos 80, com iniciativas do Grupo O Estado de São Paulo.

A expansão do jornalismo digital no Brasil deu-se a partir do êxito de versões similares de revistas e jornais norte-americanos e ingleses, em meados de 1995. O primeiro jornal brasileiro a fazer uma cobertura completa no espaço virtual foi o Jornal do Brasil (<http://www.jb.com.br>), em 28 de maio de 1995. (MOHERDAUI, 2000, p. 22).

Depois disso, a maioria dos jornais brasileiros registraram-se na *web*. Outro grande avanço foi em 1996 quando, o *Universo Online* lançou o *Brasil Online*, o primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa da América Latina.

O Jornalismo on-line, assim como o radiojornalismo e o telejornalismo, desenvolveu suas próprias técnicas de informação conforme suas necessidades e condições tecnológicas de trabalho. Cada uma dessas “novas mídias” foram definindo seu modelo e estrutura jornalística, desde formato de informação, meios de transmissão, textos, palavras técnicas, imagens e sons. Recriando e evoluindo a forma de repasse de informação a sociedade.

Quanto aos comentários com a chegada da revolução da Internet, Quadros resume bem o que aconteceu:

“O *boom* dos diários digitais foi entre 1995 e 1996, e desde então muitos teóricos das mais diversas áreas (filosofia, informática, comunicação, sociologia, etc.) discutem sobre a extinção do jornal impresso. São tertúlias sem fim... que terminam quase sempre em estéreis exercícios de futurologia. Normalmente, apresentam “previsões” do que já está ocorrendo. Talvez pelo fato do óbvio ululante ser tão presente em muitas delas, como: o jornal não vai acabar, apenas sofrerá mudanças, tal como sempre ocorre quando surge um novo meio. Outros, não menos cansativos, continuam a fazer previsões apocalípticas sobre o fim do jornal. A frase de



Nicholas Negroponte, diretor do MIT, “os átomos serão transformados em bits”, foi incorporada em muitos discursos, como prova de “erudição” digital”. (DE QUADROS, 2002, p. 240)

Segundo Pinho, a Internet é um meio bastante diferente dos outros meios tradicionais. Os aspectos que mais a diferenciam são não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo. “O Jornalismo digital diferencia-se do jornalismo praticado nos meios de comunicação tradicionais pela forma de tratamento dos dados e pelas relações que são articuladas com os usuários.”(PINHO, 2003, p. 58)

Outro ponto importante que devemos destacar é que os primeiros jornais digitais eram a versão do jornal impresso, tanto em relação ao seu design gráfico, fotografias, e conteúdo. Quadros, também ressalta que os jornalistas também foram obrigados a utilizar e desenvolver linguagens, conceitos próprios para a Internet e que a carga de trabalho não se diferenciava muito dos meios tradicionais, visto que, nas primeiras edições, o jornal on-line era derivado dos tradicionais e necessitava que o meio tradicional ficasse pronto para depois, sim, iniciar seu trabalho no digital e isso acontecia geralmente de madrugada.

Vale citar o que De Quadros fala sobre a adaptação do jornalista, onde o on-line trabalha para um público específico como ocorre também no jornalismo impresso, a diferença é no meio digital o jornalista busca uma forma de ser global e despertar o interesse de leitores mundiais.

Já Herscovitz, em seu artigo, A Internet e o futuro dos jornalistas (2003) esboça uma idéia da convergência entre a atuação do jornalismo tradicional frente ao jornalismo *online*. Sua tentativa é demonstrar que cada meio possui suas próprias características e forma de atuação, o que não compromete e não minimiza a atuação individual de cada um. Para ela, o futuro do jornalista é que “..deve nascer um novo modelo de jornalismo, com notícias atualizadas várias vezes ao dia, sistemas interativos, respeito a privacidade e mais opções de controle do conteúdo por parte do usuário.”(HERSCOVITZ,2003,p. 22).

Fato interessante que considero neste trabalho é em relação ao perfil inicial dos profissionais que trabalhavam nas redações on-line:



As redações digitais abriram portas (e continuam) aos jovens jornalistas. No *boom* da Internet, nos Estados Unidos, na Espanha e no Brasil a maioria delas era formada por profissionais com um bom currículo acadêmico, mas com pouca experiência no jornalismo. O Editor o *The Nando Times*, Seth Efron, proferia em seus discursos que era conveniente contratar jornalistas menos experientes para trabalhar nos diários eletrônicos, porque “eles não tem noções preconcebidas do jornalismo” (DE QUADROS, 2002, p. 243)

A Chegada do on-line trouxe, na verdade, uma nova oportunidade de trabalho para os jornalistas recém formados, ou até mesmo para aqueles que estavam em busca de novos desafios e oportunidades. O mesmo ocorreu quando os jornalistas do impresso forma para o rádio, e televisão. Pegamos como conclusão deste capítulo, o que De Quadros aponta:

Luis Angel Fernández Hermana, editor da revista científica *Enredando* e colunista do *El Periódico de Catalunya*, ressalta que a discussão da substituição do jornal impresso pelo digital é inútil, considera fundamental reconhecer as responsabilidades das empresas e dos jornalistas diante do meio de comunicação Internet: “os meios deverão passar por um doloroso processo de reconhecer que o mundo não é só aquilo que eles publicam, mas também muitas outras coisas que estão sendo disponibilizadas na rede”. Isto será um enorme desafio para os meios (...) E os jornalistas receberão a informação da própria Internet para realizar o seu trabalho, mas também deverão disponibilizar informações para a rede. É fundamental a troca de informações. (DE QUADROS, 2002, apud FUENTES I PUJOL, 1997).

Talvez a característica mais importante da multimídia seja que ela capta em seu domínio a maioria das expressões culturais em volta de toda sua diversidade. (CASTELLS, 1999, p. 458). Difere-se entre a mídia impressa e on-line como as questões culturais entre o entretenimento e a informação, por exemplo.

“A comunicação mediada pela Internet é um fenômeno social recente demais para que a pesquisa acadêmica tem há tido a oportunidade de chegar a conclusões sólidas sobre seu significado” (CASTELLS, 2000, p. 442)



Levando em conta os pontos destacados nesse trabalho pode-se considerar que o jornalismo esteja passando por uma de suas mais profundas transformações em termos de meios de transmissão de informação. O mundo *web* cresce consideravelmente a cada dia, e despeja uma avalanche de informações ao usuário. O jornalismo on-line está a cada dia aperfeiçoando e transformando sua forma de atuação. “De acordo com Roger Fidler, “a tecnologia somente facilita a mudança e cria oportunidades”. Sem o correspondente esforço dos jornalistas e dos empresários dos meios de comunicação em melhorar a qualidade da informação e oferecer o que o público necessita e deseja a metamorfose não será mais que uma crisálida oca” (DE QUADROS, 2002 apud FIDLER, 1994)

Um caso simples seria a produção textual, onde se verificava, no Brasil especificamente, um padrão de texto curto, extremamente objetivo, pois o internauta “não tinha” paciência e ou tempo para ler uma informação mais ampla. Hoje, este cenário está mudando, percebemos que as informações do jornalismo on-line estão mais elaboradas e aprimoradas, pois o perfil do leitor on-line está mudando.

A Internet é seu meio de informação e ele busca na *web* todas as respostas as suas interrogações. O jornalismo na Internet, não é mais um complemento do jornalismo de TV, rádio ou jornal impresso.

O jornalismo tradicional caminha para uma transformação, e isso é resultado de inovações tecnológicas e das interferências positivas da Internet. É o caso dos tablóides que estão evoluindo em seu design gráfico, ficando mais modernos, dinâmicos e flexíveis, condições estas que a Internet oferece. A diagramação está ganhando forma e proporções semelhantes à imagem visual da *web*. A televisão incorporando tecnologias de edição, desenho gráfico, finalização de imagens e interatividade que já é disponível na Internet.

Desta forma, podemos considerar que a nova mídia é mais uma etapa da evolução da comunicação que vem proporcionar a sociedade uma forma de obter informações.

O jornalismo tradicional mantém seu espaço assim como o jornalismo *web* cabe é claro, a exploração da capacidade humana de aprimorar seu conhecimento e desenvolver suas habilidades em cada meio.

Da imagem midiática à imagem real do jornalista, surge na nova mídia um profissional oculto, sem imagem, sem voz, mas com imensos poderes de transmissão de



informação. O jornalismo *on-line* talvez não mostre seus super-jornalistas ao mundo, mas demonstra sua capacidade e amplitude de atuação.

A Internet é um novo espaço de atuação profissional, talvez a mais ampla e mais precisa de todas as mídias. Quando Herscovitz, afirma que é necessário criar um novo modelo de jornalismo, podemos dizer que não há um modelo específico, há uma adaptação e uma evolução constante em busca de novas formas de transmissão da informação. O jornalista já tem como essência uma mutação natural, uma adaptação natural e assim, o leitor, o ouvinte, o telespectador.

Ao final de seu artigo De Quadros traz algumas considerações a respeito da academia e da formação de profissionais preparados para atuarem na área. Para isso utiliza os comentários de Cristina de Luca, onde considera que assim como os jornalistas de rádio, Tv ou impresso têm uma formação específica, os web jornalistas também deveriam ter. Segundo De Quadros, algumas escolas brasileiras já trazem no currículo disciplinas específicas para a área, no entanto há poucos profissionais preparados para ministrá-las. E considera que o jornalista deve além de saber construir uma página web, saiba entender e trabalhar com o hipertexto.

A necessidade básica esta, conforme debatido no Intercom Sul (2006) realizado na cidade de Curitiba-PR, algumas escolas de jornalismo é que estão defasadas em relação a atuação profissional na Internet. É preciso urgentemente abrir espaço para discussões teóricas mais profundas para formar conceitos e ciências para serem ensinadas aos novos jornalistas.

A Internet, o jornalismo on-line, deve ganhar espaço tanto quanto o rádio, o impresso e a TV, nas ementas superiores. O profissional não pode sair da graduação com a idéia de que a Internet é uma nova mídia, ela é a mais recente e o jornalista precisa sair preparado para atuar na *web*.

Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. *Iniciação a Filosofia do Jornalismo*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Com Art, 1992.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Jorge Zahar, Editora, 2003.

_____. *A Sociedade em Rede*. Volume I. Paz e Terra, 1999.



DE QUADROS, Claudia Irene. *Jornalismo na Internet: Conveniência, Informação e Interação*, XXI, Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação, Campo Grande, 2001.

_____. Uma *Breve visão Histórica do jornalismo on-line* in Hohlfeldt, Antonio e Barbosa, Marialva. *Jornalismo no Século XXI: a Cidadania*, Porto Alegre, Mercado Aberto, 2002.

DIZARD, Wilson. *A nova Mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Rio de Janeiro; Jorge Zahard ed., 2000.

ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de Codificação em Jornalismo: Redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Editora Ática, 1991.

HERSCOVITZ, Heloiza G. *A Internet e o futuro dos Jornalistas*. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. Vol.XXVI,Nº1, janeiro/junho,2003.p.11-23.

HOLHLFELDT, Antonio; MARTINO Luiz; FRANÇA, Vera. *Teorias da Comunicação. Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001 a, p.151-170.

MARTINO, Luiz. Interdisciplinaridade e objetivo de estudo da comunicação. In: A. HOLHLFELDT, Antonio; MARTINO Luiz; FRANÇA, Vera. *Teorias da Comunicação. Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001 a, p. 27-38.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michele. *História das teorias de Comunicação*. Trad. ROUANET, Luiz Paulo. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MOHERDAUI, Luciana. *Guia de Estilo Web: produção e edição de notícias on-line*. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MOLES, Abraham A . Doutrinas sobre a Comunicação de Massa. In: LIMA, Luis Costa. *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MORIN, Edgar. et al. Trad. Coutinho. *Cultura e Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972.

PINHO, J. B. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus, 2003.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos Jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.

WOLF, Mauro. Cap. 1: Contextos e paradigmas na pesquisa sobre os Mass Media. In: __3.ed. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 1994. p. 19-82.

