

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Thanius Scoralick Sarchis

Nada de novo?
Como as novas tecnologias e o webjornalismo transformam as redações dos jornais
impressos brasileiros

Juiz de Fora

Julho de 2010

Thanius Scoralick Sarchis

Nada de novo?

Como as novas tecnologias e o webjornalismo transformam as redações
dos jornais impressos brasileiros

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para
obtenção de grau de Bacharel em
Comunicação Social na Faculdade de
Comunicação Social da UFJF

Orientador: Carlos Pernisa Júnior

Juiz de Fora
Julho de 2010

Thanius Scoralick Sarchis

Nada de novo?

Como as novas tecnologias e o webjornalismo transformam as redações dos jornais impressos brasileiros

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Carlos Pernisa Júnior

Trabalho de Conclusão de Curso / Dissertação aprovado (a) em 14/07/2010 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Carlos Pernisa Júnior (UFJF) – Orientador

Prof. Dr. Jorge Felz (UFJF) - Convidado

Prof. Dr. Maria Lúcia Campanha da Rocha Ribeiro (UFJF) - Convidada

Conceito Obtido _____

Juiz de Fora

Julho de 2010

Dedico este trabalho à minha família,
pelo apoio nessa, e em todas, empreitadas.
Pai, mãe e Thales.

Confesso que não acreditei na notícia, a princípio;
mas o respeito em que fui educado com a letra redonda
fêz-me acabar de crer que se não fosse verdade não seria impresso

(Machado de Assis)

RESUMO

Estudo de como as empresas e os profissionais dos jornais impressos estão lidando com a introdução das novas tecnologias e de novas maneiras de se pensar o jornalismo, como o webjornalismo. Para tal análise foram usados textos relatando a história do jornalismo até os dias de hoje, artigos e trabalhos sobre o jornalismo e a prática jornalística atual, notícias sobre os últimos acontecimentos no mundo da comunicação social, entrevistas, e observação empírica na Redação da empresa Folha da Manhã S/A, uma das maiores empresas de comunicação brasileira. Através desses elementos busca-se avaliar qual o cenário atual e suas possíveis consequências para o jornalismo brasileiro e, em parte, mundial.

Palavras-chave: jornalismo. webjornalismo. redações

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO

2 - O JORNALISMO DE ONTEM E HOJE

2.1 – DO PAPIRO AO E-READER: A HISTÓRIA DO JORNALISMO

2.2 O jornalismo do século XXI – Como é, e o que está por vir

3 - O CASO FOLHA

3.1 – 24 MIL DIAS ATRÁS: A HISTÓRIA DA FOLHA DE SÃO PAULO

3.1.1 – **O Projeto Folha**

4. NADA DE NOVO?

4.1 – O QUE HÁ DE NOVO?

4.1.1 - **O velho e o novo**

5 – CONCLUSÃO

6 – REFERÊNCIAS

7 – APÊNDICE

A – ENTREVISTA COM ANA ESTELA DE SOUZA PINTO

INTRODUÇÃO

O que há de novo no jornalismo? A Internet já é, há muito tempo, uma realidade inquestionável nas transformações da comunicação de nosso tempo. Da inédita rapidez que trouxe à troca de informação, aos novos questionamentos éticos e comportamentais que introduziu nas discussões de nosso tempo, a rede mundial de computadores se transformou em uma verdadeira revolução.

Em meio a esse admirável mundo novo estão os jornalistas, por um lado os responsáveis por registrar e documentar essa revolução, por outro lado, vítimas de um mundo super veloz, que não consegue ser analisado com a profundidade necessária antes que sofra novas, e intensas, transformações.

Para quem, como eu, é um apaixonado pelo jornalismo e praticante dessa arte, o estudo do tema de como o webjornalismo e as novas tecnologias estão modificando o cotidiano e as concepções das redações do mais tradicional de todos os veículos de comunicação, o jornal impresso, se torna uma tarefa interessantíssima, além de uma necessidade para o entendimento do mundo atual.

O presente trabalho não busca de maneira nenhuma esgotar a discussão. Primeiro, porque é uma tarefa impossível. O tema é muito amplo e mutável para ser compreendido em um trabalho, mesmo que seja uma tese de doutorado ou uma grande reportagem de revista. Outro fator que não permite o esgotamento do tema é o recorte feito. Para a visão do todo, foi necessário a análise do micro. No caso, o departamento de jornalismo (Redação) da Folha da Manhã S/A, empresa que abriga o jornal Folha de S. Paulo, a Folha.com (site do jornal), a Agência Folha e o jornal Agora. Com o estudo

de caso sobre essa Redação (escrita com letra maiúscula para diferenciação e desambiguação) buscou-se o que há de mais moderno nas redações brasileiras atualmente. A Folha de S. Paulo é o jornal de maior circulação no Brasil e teve grande importância na história da entrada dos computadores no dia a dia dos jornais.

A observação empírica, juntamente com estudos aprofundados sobre o tema, permite uma análise de onde estamos e para onde podemos ir. Ou, pelo menos, qual é o caminho mais provável a ser trilhado. Nas próximas páginas está o resultado de uma apuração metódica e uma análise embasada sobre a realidade do jornalismo impresso e online. Dentro desses preceitos do bom jornalismo, busco não um “furo” ou uma “exclusiva”, mas apenas uma matéria bem redigida e coerente, que além de informar e acrescentar conteúdo, seja capaz de levantar novos questionamentos e reflexões sobre o tema.

2. O JORNALISMO DE ONTEM E HOJE

A história da comunicação, da imprensa e do jornalismo se confunde com a história do ser humano. Seja para lutar pela sobrevivência ou transmitir conhecimento e impressões sobre o mundo, o homem desenvolveu uma capacidade única de difusão e recepção de informação. Ao longo dos milênios essa capacidade amplificou-se e ganhou muitos acessórios. Para a compreensão do jornalismo, uma das vertentes desse complexo sistema que se tornou a comunicação, é necessário estudar e compreender como iniciou-se a caminhada que trouxe as novas ferramentas disponíveis hoje, como a Web 2.0, computadores, *smartphones*, *e-Readers*, e, o mais importante, quais as modificações que essas novidades estão causando à sociedade e, em especial, aos profissionais que têm nesses instrumentos as ferramentas para seu trabalho: os jornalistas.

Para iniciar a discussão, é necessário voltar ao início de tudo, quando a comunicação humana era primitiva, as distâncias eram maiores e as informações eram privilégio de poucos, muito poucos.

2.1 – Do papiro ao e-Reader: A história do jornalismo

Quando começou o jornalismo? Para se entender o que é jornalismo hoje, é necessário usar alguns de seus preceitos básicos: como, o quê, onde, quando, por que e quem (Esses seis questionamentos são oriundos do jornalismo atual como perguntas básicas para serem respondidas em uma reportagem).

A comunicação é uma das características básicas de muitos animais. Seja por grunhidos ou expressões corporais, as espécies que habitam o planeta transmitem, recebem e processam os sinais, sejam de outros seres vivos, sejam da natureza. Sendo assim, é possível considerar que a comunicação não é uma exclusividade humana. Mas o jornalismo o é. Mas qual o ponto que separa um processo simples e instintivo de outro organizado e meditado? Esse ponto é o que separa a comunicação, um instinto, do jornalismo, uma invenção humana.

Jornalismo, para o Cambridge Dictionary On-line (2010), é “o trabalho de coletar, escrever e publicar notícias e artigos em jornais e revistas ou publicá-los no rádio ou na televisão”. Usando os preceitos do dicionário, há uma pista da criação do jornalismo: o começo da escrita, atividade primordial para a imprensa, o ponto que separa a pré-história da história.

A escrita não possui nem data nem local exatos para a sua criação. Sabe-se que a proto-escrita (uso de símbolos que transmitem algum tipo de informação) foi desenvolvida por volta de 30 mil anos atrás em todo mundo, desde as Américas até a Ásia. A escrita em si teve início com os sumérios e os egípcios, por volta de 4 mil a.c, com a escrita cuneiforme, pelos primeiros, e a escrita demótica, hieroglífica e uso de papiros, pelos segundos. Portanto, a partir dessa época, já existiam uma transmissão e uma fixação da informação, que pode-se considerar o embrião do jornalismo. Já é possível registrar os fatos, mas de forma rudimentar. Para chegar ao jornalismo como é conhecido hoje, torna-se necessário avançar alguns milhares de anos, para um segundo momento da história: a invenção dos tipos móveis de chumbo fundido usados nas prensas, invenção do alemão Johannes Gutenberg. Esse novo aparelho de impressão alavancou a produção de livros na Europa, antes escritos à mão. O primeiro exemplar dessa revolução foi a Bíblia, terminada em 1455, segundo indicam estudos da

Universidade do Texas, que possui uma das famosas Bíblias de Gutenberg -calcula-se que foram produzidas 180, sendo 135 em papel- (THE UNIVERSITY OF TEXAS AT AUSTIN, 2010. Disponível em: <<http://www.hrc.utexas.edu>>. Acesso em: 04 mai. 2010).

A invenção de Gutenberg inaugura uma nova fase da comunicação humana e permite que os conhecimentos sejam distribuídos de forma mais rápida e fácil. Mesmo assim, o surgimento do jornal, considerado marco inicial do jornalismo, foi somente em 1605. Nesse ano, Abraham Verhoeven iniciou o semanal “Newe Tudinghe”, na Bélgica (Marcelo e Bybelle de Ipanem. História da Comunicação [notas]. Editora Universidade de Brasília, 1967 *apud* BAHIA, 2009). Do jornal belga em diante, esse tipo de veículo de comunicação começa a se espalhar pela Europa, apesar da tipografia já estar presente há muito mais tempo. Em Portugal, por exemplo, o primeiro aparelho tipográfico foi instalado em 1487. (BAHIA, 2009).

Enquanto a Europa se entusiasmava com as novas possibilidades da tipografia, as colônias espalhadas pelo mundo começavam a querer experimentar a novidade. Em 1533, o México, colônia espanhola, instalou sua primeira tipografia. Outra colônia espanhola, o Peru, teve a segunda tipografia do continente em 1584. Nos Estados Unidos, em fins de 1600, as tipografias já estavam preparadas para imprimir jornais, apesar de ainda não fazê-lo.

No Brasil, colônia portuguesa, a palavra imprensa era considerada crime. Apesar disso, muitos tentaram quebrar a regra, como aconteceu em Pernambuco no ano de 1706, quando uma tentativa de fazer um prelo funcionar foi frustrada por Portugal. No Rio de Janeiro, em 1746, a tipografia de Antônio Isodoro Fonseca foi fechada pela Carta Régia. Muitas outras tentativas vão se sucedendo, mas a censura de Portugal perdura até 1821. No entanto, antes disso, em 1808, a imprensa foi inaugurada em solo brasileiro,

mesmo sob censura. Nesse ano, o rei português Dom João VI, juntamente com parte da Coroa, se abrigou no Brasil para fugir da invasão de Napoleão Bonaparte à Portugal. Imediatamente após a chegada do Rei, são instaladas as oficinas da Imprensa Régia, e, alguns meses depois, em setembro de 1808, começa a circular o jornal a Gazeta do Rio de Janeiro. Mas esse não é o primeiro jornal brasileiro. Em junho do mesmo ano, Hipólito da Costa edita de Londres, Inglaterra, o Correio Braziliense, que tem seu noticiário voltado para as questões brasileiras.

O Correio Braziliense era mensal, e se utilizava de críticas e análises políticas. Na época, o jornalismo ainda é marcado pela opinião do proprietário do veículo, mas não deixa de cumprir o seu papel de informar, o que ainda é mal visto pela Coroa Portuguesa. O jornal de Hipólito da Costa é, desde sua primeira edição, censurado, e lê-lo torna-se contra a lei.

O século XIX é, portanto, o marco do surgimento dos jornais impressos em massa, não só no Brasil, mas em todo mundo. Com a Revolução Industrial começando a afetar todo o mundo, a população começou a migrar para as cidades, aumentando a classe burguesa, principal consumidora da informação. Nessa época do surgimento de novas tecnologias, da cultura de massa e de novas relações de trabalho, o jornalismo tem seu início, apesar, de como dito anteriormente, ser um jornalismo diferente, não tão preocupado com apuração, objetividade e isenção, mas em expor opiniões em um formato quase literário, e muitos jornalistas eram, de fato, escritores por ofício.

A segunda fase da imprensa brasileira ocorre nessa época, pouco depois do lançamento do jornal A Província de São Paulo (1875), hoje O Estado de São Paulo. Em 1880, com Dom Pedro II no poder, os jornais começam a sair de tipografias improvisadas para se tornarem verdadeiras empresas. Os investimentos em parques gráficos, funcionários e publicidade cresceram juntamente com a exigência dos leitores.

Em 1912, começam a chegar às redações máquinas de escrever, substituindo as canetas com pena bico-de-pato. O furo jornalístico, tão almejado atualmente, ganha destaque no noticiário, tornando-se um objetivo das redações. Alguns repórteres, inclusive, chegam às soluções de crimes antes mesmo do que a polícia. As capas dos jornais começam a ser povoadas por anúncios publicitários e noticiário internacional, com ajuda das agências de notícias, principalmente a norte-americana Havas.

Os jornais chegam a todo o Brasil através de trens e navios. Surgem as edições extras, informando os fatos que não podem esperar o dia seguinte. Os grandes jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo instalam escritórios na Europa, Estados Unidos e países da América do Sul. O estilo literário ainda influencia a escrita das notícias, mas a objetividade começa a se tornar mais presente. Em 1916, o agora O Estado de São Paulo, já possuía tiragem diária de 45 mil exemplares. Em 1922, jornais do Rio de Janeiro contam com 60 mil exemplares diários, sendo que a população do país gira em torno de 30 milhões de pessoas.

Em 1921, o maior jornal do país em exemplares da atualidade, a Folha de S. Paulo, surge como Folha da Noite. Depois, em 1925, surge a Folha da Manhã e em 1949, a Folha da Tarde, todos do mesmo grupo da Folha da Manhã. Em 1960, ocorre a fusão das três folhas (NOVÍSSIMA! Folha de S. Paulo. 23 mai. 2010).

Em 1924, os brasileiros conhecem o rádio que, juntamente com os jornais e revistas, dá início a um complexo de comunicação. No entanto, nessa época, o jornalismo ainda é bastante incipiente e amador. A profissão de jornalista é vista como um subemprego, usado para complementar a renda ou como meio de políticos poderem mostrar suas ideias à população (BAHIA, 2009, p. 143).

Com a chegada da década de 1930, as grandes empresas jornalísticas das metrópoles brasileiras iniciam uma escalada gráfica que renova e acrescenta unidades

de linotipo e rotativas para atualizar as tipografias. Tudo isso é possível graças à receita conseguida com os pequenos anúncios, principalmente.

As décadas de 30 e 40 são marcadas pelo aumento da velocidade da informação, causado tanto pelos “anos dourados do rádio”, quanto pela implantação do telégrafo. Na década seguinte, em 1956, o carioca Jornal do Brasil (JB) começa a ter seu design modificado, com a tarefa concluída no ano seguinte, o que causou uma revolução no manuseio do conteúdo e da diagramação pela imprensa brasileira. Mesmo com o número crescente de novidades, ainda é possível encontrar repórteres sem máquinas de escrever nas redações, escrevendo a mão.

Nas décadas de 60 e 70, o jornalismo é bem diferente daquele praticado no início do século, fato causado, principalmente, pela entrada maciça da televisão nos lares, o que força os jornais a se modificarem de maneira profunda. Os veículos impressos, que se adaptaram à chegada do rádio, têm que se reinventar mais uma vez e, para isso, utilizam-se de novos métodos, como aperfeiçoamento do *lead*, linguagem mais leve e, pela influência das revistas cada vez mais coloridas, fotos com maior destaque. Os jornais O Globo e Jornal do Brasil passam a sair todos os dias da semana, o que não ocorria antes. O Jornal da Tarde, pertencente ao O Estado de São Paulo, trilha o caminho aberto pelo JB e institui a sua própria revolução gráfica. A Folha de S. Paulo abandona o linotipo e passa a usar o sistema eletrônico de foto-composição, reduzindo o tempo de impressão. O Jornal do Comércio passa a se concentrar em produzir um conteúdo mais rico, combatendo o uso indiscriminado de *releases* e fontes de informações fixas.

A década de 80 chega e traz consigo a terceira fase do jornalismo no Brasil. É nessa década que os computadores diminuem de tamanho e se tornam mais rápidos e acessíveis, passando a ocupar o lugar das máquinas de escrever nas redações. Segundo

estimativa da Associação Nacional dos Jornais, até o ano de 1990, as empresas jornalísticas gastaram U\$ 100 milhões nessa nova tecnologia. Para Juarez Bahia, em seu livro “História da Imprensa Brasileira”, essa década marca “a maior revolução industrial da imprensa brasileira em todos os tempos” (BAHIA, 2009, p. 390).

Foi em 1986 que a Folha de S. Paulo concluiu seu plano de informatizar toda a redação, tornando-se pioneira na América Latina. Essa ação fez parte do chamado Projeto Folha, misto de regras, diretrizes e ações impostas pela diretoria que ajudaram o jornal a se transformar no maior do país, fato marcado pela cobertura do movimento popular em favor de eleições livres no Brasil, conhecido como “Diretas-já!”, ocorrido em 1984.

Na década de 90, o jornalismo praticado nos séculos anteriores definitivamente mudou de roupagem. Do uso de papiros, depois de folhas de papel escritas a mão, tipos móveis, canetas de pena, máquinas de escrever e várias outras ferramentas que serviram aos artesãos dos jornais, o computador e a Internet passam a dominar as redações, sendo usados desde a apuração dos fatos até a diagramação do produto final.

Hoje, fala-se no final dos impressos. Ou seja, não somente na hora da produção os computadores, celulares e *gadgets* modernos dominam a cena: agora, o leitor também pode consumir informação sem ter um papel em mãos. Basta estar conectado à Internet pelo seu *laptop*, *e-Reader*, celular ou *Ipad*.

2.2 O jornalismo do século XXI – Como é, e o que está por vir

O século XXI trouxe a discussão do fim do jornal impresso. Lilian Diniz

(DINIZ, 2009) escreve no artigo “Novas mídias, velho jornalismo”, para o site Observatório da Imprensa, uma síntese desse sentimento:

Ele tem quatro séculos de história. Elegeu e derrubou presidentes em todo o mundo, foi uma importante arma de guerra e fez a cabeça muitas gerações. Conviveu com a instantaneidade do rádio e resistiu à concorrência da televisão. Até meados dos anos 1980 o poder do jornal impresso era indiscutível. Mas as novas tecnologias da informação mudaram radicalmente o panorama. A Internet, com sua infinidade de sites, blogs, comunidades de relacionamento e sistemas de transmissão de micromensagens como o Twitter, transformou o leitor em produtor de informação. E levou as empresas de comunicação a repensar o papel do jornal impresso na sociedade.

O jornal impresso começou a sentir a concorrência da Internet no início da década de 90. Nessa época, a Internet e os computadores começaram a se popularizar, tanto nas redações jornalísticas, quanto nas empresas e residências. Mas o “jornalismo online” era incipiente e ainda dava os primeiros passos. “A disponibilização do conteúdo do jornal impresso na World Wide Web (a rede mundial de computadores) era uma espécie de vitrine para o mundo conectado” (QUADROS, 1997). A Internet era usada apenas para reproduzir o que já havia sido noticiado pelos jornais. Contudo, aos poucos, as ferramentas foram se aperfeiçoando, e o cenário começou a mudar:

O correio eletrônico e outros benefícios advindos da Internet, que propiciaram a (questionada) participação do leitor, denominado na era digital de usuário, foram considerados uma revolução para a história da comunicação. Nenhum outro meio oferecera tantas possibilidades de participação como a Internet. No entanto, logo no início, talvez pela falta de modelos e de pessoal treinado para explorar os recursos da hipermídia que possibilitavam a interatividade, foi apontada uma grande dicotomia entre a teoria e a prática. Nesse período, jornalistas, como Luciano da Costa Martins, responsável pela chamada Net Estado, a versão digital de O Estado de São Paulo, criticavam prognósticos de teóricos: “Todo mundo fala que a interatividade é o máximo que se pode dar ao leitor na Internet. Isso é um mito. O máximo que se pode dar ainda é conteúdo de qualidade” (QUADROS, 1997).

Diferente da avaliação de Luciano da Costa Martins, a interatividade muitas vezes se tornava mais importante que o conteúdo de qualidade. Um exemplo desse fenômeno são os *weblogs*. Surgido em 1993 nos Estados Unidos, o *weblog*, ou simplesmente blog, é uma espécie de diário virtual, onde qualquer pessoa com acesso à

Internet pode escrever o que quiser e receber comentários de seus leitores. Com o tempo, os blogs foram se modificando e se tornando mais colaborativos, baseados no *feedback* e na partilha de informações e notícias (MENDES, 2010).

Um exemplo dessa força é o blog americano de notícias “The Huffington Post”, que, em 2008, ganhou destaque e reconhecimento pela cobertura das eleições para presidente dos Estados Unidos da América. Diferente da maioria dos blogs, ele esse usa preceitos jornalísticos de apuração e verificação, contando com uma equipe de dezenas de jornalistas e colaboradores. Esse fato o diferenciou dos demais diários virtuais e mostrou que a Internet pode vir a seu ser, um dia, uma fonte de informação mais confiável, ou, pelo menos, tão confiável quanto outras fontes de notícias, como noticiários da televisão e do rádio e as páginas dos jornais e das revistas.

A entrada da Internet na competição pela atenção do leitor do jornal impresso pôde ser sentida de maneira mais ampla com a chegada da Web 2.0, conceito criado em 2004 pelo empresário da Internet Tim O’Reilly, que, como afirma Renato Mendes (MENDES 2010), “traduz-se no paradigma da Internet como plataforma central de uma inteligência coletiva”. Mendes explica sua posição:

O conceito (de Web 2.0) é sustentado pelo desenvolvimento de aplicativos, que aproveitam os "efeitos de rede" para evoluírem. Esta evolução é proporcional à participação das pessoas nas redes. Como exemplo, temos os softwares open source, ou código aberto. Neste caso, a "inteligência coletiva" pode ser interpretada como meio, mas também como um fim, para a construção de uma plataforma do saber.

Hoje é fácil analisar que os meios de comunicação, sejam eles rádio, televisão ou jornal, não podem, e não poderiam, ficar distantes da Internet. Há alguns anos atrás, porém, essa visão não era tão clara. Talvez os profissionais da televisão só tenham se atentado para o fato de que a Internet poderia roubar a atenção de seus telespectadores com o surgimento do You Tube, em 2005. Com computadores e conexões cada vez mais velozes, o site de compartilhamento de vídeos tornou-se um fenômeno de

audiência, com a consagrada revista norte-americana *Time*, considerado a melhor invenção do ano, em 2006. (REVISTA “Time” elege You Tube a melhor invenção do ano. **G1**. Disponível em: < <http://bit.ly/bpyyRj> >. Acesso em: 07 nov. 2006). Hoje, a empresa detentora do You Tube, o Google, já colocou no próprio You Tube vídeos indicando que pretende lançar em breve um aparelho parecido com um receptor de antena parabólica, que irá permitir o acesso à Internet pela própria TV, com opções como busca de programas, loja virtual, gravação e com as outras opções que a web já permite. Parece que agora, definitivamente, os produtores de conteúdo para a televisão têm que despertar para uma nova maneira de enxergar esse suporte e seu público.

As rádios parecem também não atentar muito para a nova modalidade de comunicação que se tornou a Internet. Apesar de surgirem algumas rádios exclusivamente para serem ouvidas pela Internet, e as já tradicionais permitirem que suas programações sejam acompanhadas pela web, a linguagem continua a mesma da usada antes do surgimento dos computadores pessoais. Têm-se a impressão de que as redes de televisão e de rádio apostam que, caso se adaptem minimamente à Internet, garantem a sobrevivência. Com os jornais impressos, no entanto, a aposta é diferente.

Em 1995, a Folha de S. Paulo iniciou sua participação na rede mundial de computadores, apesar de possuir computadores em sua redação desde o começo da década de 1990. Com o título “Folha Web”, o site era um reprodutor de conteúdo do jornal impresso (NOVÍSSIMA! Folha de S. Paulo. 23 mai. 2010). Em 2000, tornou-se o primeiro site jornalístico do Brasil a ser atualizado em tempo real. As notícias aconteciam e não tinham que aguardar o dia seguinte para serem publicadas no jornal. O nome passou a ser Folha On-line.

Esse alinhamento com as novidades da tecnologia, protagonizado no Brasil pelos grandes jornais, como o Jornal do Brasil, Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de São

Paulo, foi analisado pelo jornalista Carlos Castilho como uma situação esquizofrênica por parte dos jornalistas na transição para a era digital. Publicado no site Observatório da Imprensa, seu artigo (CASTILHO, 2010) tenta mostrar que o jornalismo tem que ir muito além de uma simples adaptação:

O que o jornalista contemporâneo precisa entender é que, antes da Internet, exercer a profissão, ou seja, coletar, processar e publicar informações, era uma atividade que só poderia ser desenvolvida dentro de uma estrutura empresarial, na grande maioria dos casos. Hoje, esta situação já não existe mais, porque a essência do jornalismo pode ser praticada fora da indústria da comunicação, graças à Web.

A realidade, como mostra Castilho, é que o impresso, tanto os jornais quanto as revistas, realmente correm perigo. Em pesquisa divulgada pela Inter-Meios, em 2009, a Internet teve um crescimento de 23,27 % em verba publicitária recebida, tornando-se a mídia que mais cresceu. Os jornais e revistas tiveram, por sua vez, queda de 9,5% (R\$ 2,8 bilhões) e 8,5% (R\$ 1,5 bilhão) em verbas publicitárias, respectivamente (INTERMEIOS, 24 fev. 2010 – Disponível em: <<http://bit.ly/cYX7Hc>>. Acesso em 24 fev. 2010).

As empresas jornalísticas adaptam-se como podem, e como acham correto, a essa situação. O maior jornal do mundo, o New York Times, vê sua versão impressa perder leitores a cada ano, e planeja, já em 2010, usar um novo sistema para cobrar os usuários de seu site. Inicialmente, o leitor poderá acessar cinco notícias. A partir daí, passa a ter que pagar para ler outras notícias. Os restantes dos jornais esperam pelos resultados dessa ação para tomarem suas próprias decisões, como confidenciado pelo diretor executivo da Folha de S. Paulo, Sérgio Dávila, em entrevista ao programa Observatório da Imprensa, exibido no dia 25 de maio de 2010, no canal TV Brasil.

Enquanto as empresa e diretores preocupam-se com anunciantes, receitas publicitárias e leitores, outro ponto toma as discussões sobre o jornalismo impresso: o que acontecerá, e o que está acontecendo, com os jornalistas da redação, que entram

nesse novo século com exigências e pressões nunca antes experimentadas por outros profissionais da imprensa e tendo que, mesmo assim, manter em seu cotidiano o meticuloso trabalho de apuração, verificação e edição de texto, assim como faziam seus colegas de séculos atrás?

3. O CASO FOLHA

Para responder a várias perguntas sobre o que está acontecendo com o jornalismo de hoje é preciso estudar a fundo seu ambiente e seus agentes. Para essa tarefa de observação e análise, o melhor a se fazer é utilizar um objeto de estudo que esteja na vanguarda de seu setor. Por isso, a escolha foi o jornal Folha de S. Paulo e a Redação onde é produzido.

Como dito anteriormente, a Folha não foi o primeiro periódico a surgir no Brasil, mas com o tempo se tornou o jornal de maior circulação, com alguns dos jornalistas e diretores mais respeitados do país e com uma tendência a buscar sempre a inovação, acertando algumas vezes e errando outras tantas.

Para começar a entender a importância da Folha para o presente estudo e como sua Redação pode ser tomada como objeto de estudo, é necessário contar a sua história.

3.1 – 24 mil dias atrás: A história da Folha de São Paulo

Em 19 de fevereiro de 1921, um grupo de jornalistas liderado por Olival Costa e Pedro Cunha, ex-funcionários do jornal O Estado de São Paulo, funda, na cidade de São Paulo, o jornal vespertino “Folha da Noite”. Voltada para leitores das classes médias urbanas e da classe operária, a publicação rapidamente faz sucesso entre os leitores, e o grupo funda, em julho de 1925, o matutino “Folha da Manhã” (MANUAL, Folha de S. Paulo, p. 108). Nessa época o sistema de composição ainda era manual, com cada texto

sendo composto letra por letra, até que se obtivesse uma matriz em alto-relevo, usada para a impressão (NOVÍSSIMA! Folha de S. Paulo. 23 mai. 2010).

Nelson Werneck Sodré, em sua “História da Imprensa no Brasil”, considera o “Folha da Noite” o primeiro jornal a surgir organizado como uma empresa no país (SODRÉ, 1977, p. 409). No período entre guerras os jornais e revistas publicados no Brasil começam a sofrer alterações em sua estrutura, passando de produtos artesanais e de propriedade individual ou familiar, para produtos de empresas estruturadas segundo moldes capitalistas, inseridas na lógica industrial, como relata Sodré em seu livro. O autor acrescenta ainda que a transformação é gradual, não sendo regra:

Continuam a aparecer revistas de vida efêmera, particularmente para atender injunções originadas na luta política, cada vez mais acirradas, mas são fatos pouco numerosos e acidentais. Na maioria dos casos, trata-se de empresas mal estruturadas, que se esgotam depressa, que consomem rapidamente o capital, mas sempre empresas, e não empreendimentos individuais.

Tanto a “Folha da Noite” quanto a “Folha da Manhã” possuíam uma orientação editorial voltada para os problemas urbanos locais e, até 1929, fizeram oposição aos governos da Primeira República, como aponta Carlos Eduardo Lins da Silva, em “Mil dias: Seis mil dias depois” (LINS DA SILVA, 2005, p. 70):

Apesar de terem feito oposição aos governos da Primeira República durante oito anos, com a saída de Pedro Cunha da sociedade, passaram a apoiar [o presidente] Washington Luís. Em consequência, foram empastelados durante as agitações que acompanharam o movimento revolucionário de 1930.

Em 1931, dez anos após a primeira “Folha da Noite” chegar às bancas, na época chamadas de quiosques (SODRÉ, 1977, p. 141), várias modificações acontecem no grupo das Folhas. A empresa é vendida para Octaviano Alves de Lima, Diógenes de Lemos e Guilherme de Almeida, que mudam a linha editorial dos jornais, passando a defender os interesses dos produtores rurais paulistas e alterando a razão social para “Empresa Folha da Manhã Ltda” (MANUAL, Folha de S. Paulo, p. 108).

Essa nova fase dura 14 anos. Em 1945, acontece uma nova venda e outra troca de razão social. O grupo adquire o nome que permanece até hoje, “Empresa Folha da Manhã S/A”, e a diretoria passa a ser composta por Alcides Ribeiro Meirelles, Clóvis Medeiros Queiroga e José Nabantino Ramos, esse último líder do jornal, controlador acionário da empresa e responsável por grandes inovações (LINS DA SILVA, 2005, p. 70).

Desde que entrou na direção da Folha até sua saída, em 1962, Nabantino Ramos procurou estabelecer critérios de excelência para as atividades de repórteres e redatores. Sempre preocupado com a grande improvisação e a falta de regras nas redações, não só das Folhas, mas de todos os jornais brasileiros, produziu um documento intitulado “Normas de trabalho da divisão da Redação” e tentou passar sua linha de conduta aos funcionários, seja no dia a dia, seja através de cursos que promoveu durante a década de 50.

Nabantino também é o criador da “Folha da Tarde”, em 1949, mesma data da chegada do linotipo à gráfica do Folha da Manhã S/A. Em 1960, ele funde os três jornais em um só, criando a “Folha de S. Paulo”. As preocupações com os cafeicultores da administração passada são substituídas pela defesa dos interesses das classes médias urbanas de São Paulo (LINS DA SILVA, 2005, p. 74). Mesmo com tantas novidades, o grupo entra na década de 60 com sérias dificuldades financeiras.

Em 1962 dá-se o fim da era Nabantino. Os empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho compram a empresa da Folha e iniciam a batalha para reorganizarem a empresa do ponto de vista financeiro e administrativo. Durante cinco anos esse é o principal objetivo, e a questão jornalística é deixada de lado.

A partir de 1968, a situação financeira melhora, e os empresários passam a investir prioritariamente no aparelhamento do jornal, com a compra de impressoras *offset*, que permitiam impressões com cores, o uso de fotocomposição no lugar do linotipo, e modificações no sistema de distribuição, deixando-o mais ágil e rápido (MANUAL, Folha de S. Paulo, p. 108).

Com uma das melhores infra-estruturas do país, o Grupo Folha passa a focar seus esforços na Redação e em seus jornalistas. A partir de 1974, Octavio Frias dá ao jornal uma linha editorial mais aberta, tentando impor método e organização à Redação, assim como havia tentado a administração anterior. Em 1978, surge a seção “Tendências / Debates”, uma das mais famosas e respeitadas do jornal, e o Conselho Editorial é criado, buscando fixar uma linha editorial própria e independente para a Folha de S. Paulo. (LINS DA SILVA, 2005, p. 74-76). Os resultados esperados, no entanto, só apareceram na década seguinte, com o Projeto Folha.

3.1.1 – O Projeto Folha

O “Projeto Folha” começou em 1974, quando os empresários Octavio Frias e Carlos Caldeira passaram a dispensar mais atenção à Redação. Porém, seus reflexos só foram realmente sentidos, fazendo a Folha de S. Paulo se tornar o maior jornal do Brasil, na década de 1980.

O jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva descreve a fase mais importante do Projeto em seu livro, e tese de livre-docência para a Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, “Mil dias: os bastidores da revolução de um grande jornal”.

Eduardo Lins aborda o período compreendido entre maio de 1984 e maio de 1987, totalizando mil dias, por ter feito parte efetiva das mudanças ocorridas na estrutura da Redação da Folha, como ele mesmo diz, estando nesse momento “no calor da luta”. Em julho de 1987, se muda para Washington, DC, Estados Unidos, e perde o contato diário com a Redação. Alguns anos depois, em 2005, lança pela PubliFolha o livro “Mil dias: seis mil dias depois”, em que apenas acrescenta um prefácio à primeira edição, de 1988.

Nessas vinte três páginas extras, explica suas motivações para, à época, escrever o “Mil dias” e reflete sobre o que aconteceu à Folha desde que o livro foi publicado e o que está por vir, em sua opinião baseada em observação e entrevista com outros jornalistas da Folha que também participaram do Projeto. Nesse momento, porém, o importante é atentar-se ao texto original, que mostra detalhadamente todo o processo que modificou o jornal.

A “revolução”, como chamou Lins da Silva, começou com a chegada de Otavio Frias Filho à direção de redação da Folha de S. Paulo, em um momento marcante, como explica da Silva:

Em Maio de 1984, logo após a votação da emenda Dante de Oliveira, o frustrante capítulo final da campanha das Diretas-já, episódio marcante da Folha como o veiculador dos anseios da sociedade civil, Otavio Frias Filho assumiu a direção de Redação do jornal e deu início ao processo que está descrito neste trabalho (LINS DA SILVA, 2005, p. 16).

A campanha das Diretas-já é um divisor de águas na história da Folha de S. Paulo, e ajudou o jornal a tornar-se o maior em circulação do país e seu Projeto a ganhar notoriedade. A imprensa, de maneira geral, ignorava os protestos feitos pela sociedade em favor da emenda Dante de Oliveira, que possibilitaria eleições diretas. Juarez Bahia descreve o momento dessa maneira:

Durante a abertura política, com o autoritarismo já com seus dias contados, a conduta dos meios do jornalismo na campanha pela realização de eleições

diretas no Brasil, em 1984, assinala um fosso entre o sistema de difusão de notícias e a sociedade como um todo (BAHIA, 2005, p. 245).

No parágrafo seguinte, vai mais além:

A grande imprensa, a grande televisão, o grande rádio, assumem um notório papel de desinformação e, com raras exceções, estabelecem uma autocensura formal sobre a maior manifestação de massa já ocorrida na história recente do país (BAHIA, 2005, p. 245).

Juarez Bahia segue dizendo que a grande imprensa se rendeu à omissão, temendo o governo e sua censura. Faz apenas uma exceção: “O comportamento dos grandes jornais, exceto a Folha de S. Paulo, em relação aos comícios das diretas, identifica flagrante manipulação de fatos relevantes, nos quais está engajada a sociedade” (BAHIA, 2005, p. 245).

Ficando ao lado da sociedade em momento marcante da história brasileira, a Folha ganhou prestígio, tanto entre os leitores, quanto entre o restante da imprensa -fato ocorrido mais tarde-, mostrando seu diferencial. Essa “ousadia” de ir contra a atitude do restante da grande imprensa tem sua origem em ações tomadas anos antes.

Em 1978, foi feito o primeiro documento oficial do chamado “Projeto Folha”. Intitulado “Levantamento de pontos indicativos de posição editorial e avaliação sintética do momento político”, abrindo caminho para outros cinco documentos que vieram nos anos seguintes: “A Folha e alguns passos que é preciso dar” (1981), “A Folha em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo” (1982), “A Folha depois da Campanha Diretas-já” (1984), “Projeto Editorial da Folha – 1985-1986” (1985) e “Projeto Editorial da Folha – 1986-1987” (1986) (LINS DA SILVA, 2005, p. 97).

O primeiro documento, criado juntamente com o Conselho Editorial, teve por finalidade principal justamente delimitar objetivos e missões do Conselho. Um detalhe importante é a aposta na abertura política cerceada pela ditadura militar. O documento

chama o regime político vigente de “autoritário”, de “expressão política do capitalismo concentracionista” e que “deixa de atender aos interesses das camadas cada vez mais significativas da população”, tornando-se “obsoleto”.

No documento seguinte, publicado em junho de 1981, após uma greve dos jornalistas (1979), o conteúdo é mais direcionado a informar aos jornalistas qual seria a linha editorial a ser seguida, e que atitudes deveriam ser tomadas, principalmente para aqueles com cargo de confiança, em uma espécie de “ame a Folha ou deixe-a”.

O documento do ano de 1982, “A Folha em busca do apartidarismo, reflexo do profissionalismo”, aborda com mais veemência as posições jornalísticas, ou seja, preocupações técnicas e profissionais, relacionadas a comportamentos e atitudes. Esse documento antecipa o caminho para o “Manual geral da Redação”, chegando a pormenorizar assuntos dos mais variados tipos, como quando as reportagens devem ser assinadas e, se assinadas, com o nome completo ou com iniciais (LINS DA SILVA, 2005, p. 103).

Talvez o mais importante dos cinco documentos seja o de 1984, produzido após a Diretas-já e intitulado “A Folha depois da campanha Diretas-já”. Juntamente com o “Manual Geral da Redação”, constitui a matriz para os documentos seguintes, tornando-os apenas versões atualizadas. Nele, a Folha confessa que tem total consciência de seu papel, agora um novo papel:

...[A Folha] impôs-se, ao país inteiro, como uma das principais forças formadoras de opinião pública. Conquistou um importante crédito de confiança junto à sociedade civil. Antes da campanha [das Diretas-já], era difícil ignorar a Folha; depois dela, tornou-se impraticável (A Folha depois da campanha... *apud* LINS DA SILVA, 2005, p. 104)

O diretor de redação e responsável pelas decisões editoriais do jornal, Otavio Frias Filho, avaliou três anos depois, em 1987, o momento de consolidação do Projeto

como um aumento de prestígio em paralelo ao aumento da responsabilidade. “Houve uma amplificação muito visível do poder de repercussão do jornal, teve de acabar com o regime de *laissez-faire* [deixe acontecer livremente] na Redação” (LINS DA SILVA, 2005, p. 104).

Além de abordar o papel da Folha diante da sociedade, o documento de 1984 é o primeiro da série a tratar de problemas de infra-estrutura da Redação, admitindo existir “graves problemas de estrutura jornalística” (A Folha depois da campanha... *apud* LINS DA SILVA, 2005, p. 106). Entre os problemas citados pelo documento, estão serviços noticiosos precários, qualidade das edições flutuantes, fluxo interno cheio de percalços e irregularidades, não-cumprimento do cronograma imposto pelas exigências industriais e de circulação, mecanismos de controle falhos, critérios técnicos e editoriais heterogêneos, falta de instruções precisas e uniformes para o desempenho das tarefas jornalísticas e alto número de jornalistas cuja qualificação profissional não está à altura das exigências colocadas pelo Projeto Folha. (LINS DA SILVA, 2005, p. 106). Ou seja: desde o começo do Projeto muitos fatores permaneciam falhos, e a direção exigia uma mudança definitiva, prometendo medidas duras para corrigir o problema:

Não há tempo nem condições materiais para adestrá-los e prepará-los (aos jornalistas com qualificação profissional abaixo das exigências); terão que ser substituídos. A empresa terá que investir para viabilizar essas condições e para remunerar melhor a maioria que permanecerá (A Folha depois da campanha... *apud* LINS DA SILVA, 2005, p. 106).

Essa posição firme fez com que 10% dos jornalistas da Redação de São Paulo (de um total de 270), fossem demitidos e substituídos por outros de fora. Isso causou uma grande repercussão negativa entre os profissionais que ficaram, perdurando o sentimento de descontentamento durante meses (LINS DA SILVA, 2005, p. 106-107). Até mesmo o Sindicato dos Jornalistas Profissionais de São Paulo quis intervir no caso, dizendo que “[...] a Folha feriu brutalmente a dignidade da profissão, ao demitir, com

uma só penada, 28 (*sic*) jornalistas, sob alegação que não se enquadram ao Projeto Folha” (O caso Folha, em: Unidade – nº 74, fev. 1985, p. 4) Além disso, quatro dos seis editores mudaram em apenas seis meses. Os responsáveis pelo comando de duas sucursais -do Rio de Janeiro e de Brasília-, e uma das três chefias de reportagem da Agência Folha, pertencente ao Folha da Manhã S/A, foram substituídos. As mudanças, por serem de grande porte, resultavam em ações igualmente drásticas.

Polêmicas à parte, o documento trouxe com clareza inédita, diretrizes jornalísticas para a implantação do Projeto. Segundo o texto “A Folha depois da campanha Diretas-já, 1984”, o objetivo do jornal era ser: Crítico, não bastando relatar fatos, sendo preciso expô-los à crítica; pluralista, pois a sociedade é plural e sempre há interesses e pontos de vista em conflito; apartidário, pois segundo o documento a Folha já era grande o suficiente e abarcava um número suficientemente alto de leitores para que pudesse ser um jornal partidário; moderno, com um jornalismo que se propõe a introduzir, na discussão pública, temas que até então não tinham ingresso nela, colocando em circulação novos enfoques, novas preocupações, novas tendências.

Toda essa reflexão sofre o fazer jornalístico introduzida nesse documento, significou para o jornal Folha de S. Paulo e todos os outros periódicos brasileiros, uma nova fase, como relata Eduardo Lins da Silva: “O documento ‘A Folha depois da campanha Diretas-já’ significa a pá de cal num tipo de jornalismo que caracterizou o jornal durante dez anos e o início de um novo tipo de jornalismo, que viria a marcá-lo dali em diante (LINS DA SILVA, 2005, p. 107).

Os reflexos da nova forma de fazer jornal foram sentidos rapidamente. Entre maio e dezembro de 1984, as assinaturas da Folha de S. Paulo subiram 19,74%. Entre maio de 1984 e fevereiro de 1985, período em que aconteceram as várias demissões e

protestos contra o Projeto, as assinaturas tiveram aumento de 24,74%. A infra-estrutura da Redação foi melhorada, com instalação de ar-condicionado, novas salas e sistema telefônico, os salários aumentaram e foram adquiridos novos equipamento fotográficos (LINS DA SILVA, 2005, p. 112 e 113). Mesmo assim, muitos jornalistas, de dentro e de fora da Redação da Folha, continuavam a se rebelar contra o Projeto. O motivo, além das novas diretrizes, foi o advento de uma novidade: os terminais de computadores instalados em 1983.

A Redação da Folha foi a primeira informatizada da América do Sul (NOVÍSSIMA! , Folha de S. Paulo. 23 mai. 2010). Apesar da imagem de modernidade e audácia por investir em algo desconhecido para a época, alguns jornalistas se sentiram acuados pela mudança que essa nova tecnologia trazia consigo. Como lembra Eduardo Lins da Silva: “O ineditismo traumatizou ainda mais um episódio que, por si, já vinha carregado de alta carga simbólica, tanto pelo que significa em termos de mudança cultural para o jornalista como pela ameaça concreta a empregos que ela representa (LINS DA SILVA, 2005, p.82).

Além do grande impacto para os jornalistas, os terminais também forçaram uma mudança estrutural na Redação (ar-condicionado para manutenção dos equipamentos, área de trabalho mais limpa e organizada para evitar danos) e uma mudança estrutural no modo da mídia impressa pensar a sua relação com as novidades tecnológicas:

Durante muitas décadas (nove pelo menos), as alterações no modo de organização das relações entre as pessoas que produziam informação no jornalismo brasileiro foram mínimas, quase imperceptíveis. O terminal de vídeo, embora seja um instrumento relativamente simples diante do que já existe no setor de automação de informação, foi o primeiro fator de alteração de uma ordem há muito estabelecida e solidificada (LINS DA SILVA, 2005, p. 82-83)

As modificações da ordem das Redações, como em muitos outros setores e ramos de atividades, sempre encontram resistência, principalmente daqueles que

viveram seguindo um determinado estilo de vida, como completa Lins da Silva (LINS DA SILVA, 2005, p. 84):

Para um jornalista arrogante, que se julga senhor de todo o saber, ter de voltar aprender noções básicas de qualquer nova forma de codificar seus pensamentos pode ser interpretado, ainda que em nível inconsciente, como um ultraje.

Junta-se a esse fator o choque de gerações. Além de terem que se adaptar a um novo modo de trabalhar, os jornalistas mais experientes tiveram que ver jovens inexperientes chegando às redações como especialistas nesse novo mundo, dominadores de uma nova técnica em que papel e caneta começavam a se tornar ferramenta obsoleta.

Com certeza, os futuros jornalistas nascidos já na era da informática e que aos três anos de idade já lidam com jogos eletrônicos não sentirão qualquer problema diante dos terminais de vídeo. Mas os jornalistas que tiveram de defrontar com eles sem preparo anterior, sem aprendizado escolar, se viram diante de um choque cultural de proporções nada desprezíveis (LINS DA SILVA, 2005, p. 85).

Lins da Silva continua em seu discurso sobre o choque de gerações:

A variedade de problemas humanos que a introdução dos terminais de vídeo numa Redação acarreta é grande. Regina Festa, em pesquisa que realizou pela Unesco sobre o processo da Folha (*Regina Festa, Las Computadoras Revolucionam La Folha de S. Paulo y El Periodismo Brasileiro, em: Sela [cap.12, abr.-jun., 1985], p. 98*), identificou, entre outros, o do aumento da distância entre jornalistas mais velhos e os mais novos (LINS DA SILVA, 2005, p. 85).

Independente dos problemas e desgastes naturais do processo de informatização da Redação, a ação era necessária. Diferente do que muitos possam pensar, a motivação maior não foi uma procura estética por modernização, para a Folha alcançar o status de pioneira ou se diferenciar dos concorrentes. Como relatou o diretor industrial da Folha da Manhã S/A, Pedro Pinciroli Júnior, ao jornalista Carlos Eduardo Lins, as modificações tiveram motivação econômica. Segundo Pinciroli, a crise econômica do começo da década de 1980 exigiu maior racionalização de gerenciamento das empresas. Disse o diretor:

Com um quadro tão acentuado de recessão, em que os custos administrativos, industriais e de Redação aumentaram a um ritmo incerto sem que se pudesse transferi-los ao consumidor e aos anunciantes, e tomando em consideração os avanços técnicos no setor, a empresa decidiu adotar um conjunto de medidas destinadas a atacar tais problemas de diversos ângulos (em: LINS DA SILVA, 2005, p. 90).

A decisão da Folha, apesar de pioneira no país, foi apoiada por experiência vivida anos antes no estrangeiro. O lendário jornalista Gay Talese, descreve em seu livro “The Kingdom and the power”, parte da história do jornal The New York Times. Ao final do livro, Talese descreve a situação em que na década de 1960 o Times (dono do The New York Times) resolve informatizar-se e enfrenta resistência, assim como ocorrido com a Folha duas décadas depois. Talese (TALESE, 1981, p. 403) descreve:

O Times tinha de fazer mais dinheiro do que de costume [...]: a economia da propriedade jornalística nunca estivera tão precária quanto então [...]. Embora o Times tivesse reservas financeiras para resistir a greves, mais recursos eram necessários não apenas para enfrentar o aumento dos custos de produção e de salários como para o jornal permanecer seguro em futuras ameaças trabalhistas. Uma forma de fazer mais dinheiro é vender mais cópias e aumentar os preços da publicidade...; outra era operar o Times mais economicamente [...] através da modernização da fábrica [...]. O Times teria que aceitar o computador [...]. Os Timesmen teriam de superar suas aversões e suas concepções românticas a respeito do negócio jornalístico.

Com o respaldo da experiência do maior jornal do planeta e com resultados positivos na qualidade do conteúdo, refletindo em aumento das vendas, em cinco meses toda a Redação da Folha de S. Paulo estava equipada com os terminais de computadores. Uma curiosidade: a primeira editoria a adotar o sistema completo de computadores foi a “Ilustrada”, responsável pelo conteúdo cultural. Depois vieram a editorias de “Esporte”, “Educação”, “Cidades”, “Exterior”, “Economia”, “Política” e “Primeira Página” (LINS DA SILVA, 2005, p. 90).

A adoção dos terminais garantiu também um item fundamental para a atividade jornalística: o ganho de tempo. Lins da Silva relata que o processo da feitura do jornal ficou 40 minutos mais curto, o que significa estar 40 minutos mais cedo nas bancas ou

nas casas dos assinantes. Além disso, o jornalista ganhou uma nova concepção do processo de criação e edição de sua matéria, como relata Lins:

[...] todos os jornalistas passaram a ter uma visão gráfica muito maior em virtude da necessidade que têm de escolher o corpo e a medida em cada texto que será fotocomposto; exige-se do jornalista um texto que possa ser considerado “final”, pois o bode expiatório do “erro de revisão” já não existe mais; as possibilidades de alteração mais rápida na estrutura do texto são muito mais amplas agora do que no passado de papel e máquina de escrever (LINS DA SILVA, 2005, p. 91).

Outra modificação no fazer jornalístico introduzida pelos computadores é o tamanho e qualidade do texto. A correção mais ágil e precisa do que nas máquinas de escrever possibilitava que o texto ficasse mais sofisticado, conciso e bem redigido. Eduardo Lins mostra o que observou desse aspecto na prática, dizendo que como toda lógica jornalística se altera diante do vídeo, a tendência é que tanto os textos passem a ser mais curtos, com o redator tendo acesso à medida exata de seu texto no terminal, podendo medi-lo com precisão, e com os períodos e orações mais enxutos. Lins termina dizendo que “A tela induz o redator ou repórter a um estilo mais ‘nervoso’ pelo próprio nervosismo que o sistema materializa” (LINS DA SILVA, 2005, p. 93).

No final, pode-se concluir que apesar dos atritos e problemas causados pela entrada dos terminais de vídeo nas redações, o processo trouxe melhorias que hoje se tornam óbvias, e que, mesmo naquela época, os jornalistas começaram a entender a importância da inovação. Mesmo assim os computadores daquela época não eram tão potentes e funcionais como os de hoje, e a maioria dos jornalistas não exploravam as mínimas potencialidades das máquinas, tratando-as como simples “máquinas de escrever com vídeo” (LINS DA SILVA, 2005, p. 92).

Passado o período de adaptação da Redação, as novas tecnologias entraram no cotidiano do jornal e de seus leitores efetivamente na década de 1990. Em 9 de julho 1995, quando a internet dava os primeiros passos em território brasileiro, é lançada a

“Folha Web”, primeira iniciativa do Grupo Folha na web (NOVÍSSIMA!, Folha de S. Paulo, 23 mai. 2010). Essa novidade acontece próxima a uma mudança significativa dentro da empresa: em 1991 as ações da Folha da Manhã S/A, que pertenciam a Carlos Caldeira Filho passam para Octavio Frias de Oliveira, alteração que se refletirá em modificações futuras (MANUAL, Folha de S. Paulo, p. 108).

Em 1993 a tecnologia chega a um setor fundamental aos jornalistas: o banco de dados. Dentro do Grupo Folha existe a Banco de Dados de São Paulo Ltda., empresa responsável pelo acervo de textos e fotos utilizados desde 1921 pela Folha. Foi em outubro de 1993 que o arquivamento do material passou a ser informatizado. Com isso, a consulta passou a ser muito mais rápida, possibilitando aos jornalistas não só escreverem de modo mais rápido, mas também pesquisar dados (MANUAL, Folha de S. Paulo, p. 110).

Ainda na década de 90, alterações possibilitadas pelas novas tecnologias tornam o jornal mais forte: em novembro de 1990 passam a ser publicadas edições regionais da Folha de S. Paulo, com conteúdo específico para uma determinada região (prática quase impossível antes da chegada da fotocomposição) e em dezembro de 1994 é inaugurado Centro Tecnológico Gráfico – Folha, na cidade de Santana de Parnaíba (MANUAL, Folha de S. Paulo, p. 111-114). Esse parque gráfico permitiu que a Folha pudesse usar, pela primeira vez em sua história, cores em todas as páginas.

Às vésperas do século XXI, no ano de 2000, uma verdadeira revolução acontece. A “Folha Web” muda de nome, para “Folha Online”, e o novo portal traz uma visão totalmente diferente do jornalismo na internet: ao invés de meramente reproduzir partes da edição impressa do jornal, a Folha Online registra os acontecimentos assim que ocorrem, tornando-se o primeiro site com cobertura em tempo real em país de língua

portuguesa. Juntamente com essa revolução na internet, a versão impressa adota um novo projeto gráfico, com visual mais leve, tendência que vinha habitando suas páginas há bastante tempo e agora se tornava oficial (NOVÍSSIMA!, Folha de S. Paulo. 23 mai. 2010).

Após passar por modificações pontuais, com o jornal dando mais destaque para as fotos e utilizando textos mais dinâmicos, e o Folha Online aumentando o espaço para áudio, vídeo, fotos e páginas, mesmo assim, mais rápidas de serem carregadas pelo navegador da internet, o Grupo Folha marca para 2010 uma nova grande reforma.

Em 23 de maio de 2010, 40 dias depois do jornal O Estado de São Paulo fazer sua reforma editorial e gráfica, a Folha chega às bancas reformulada. A edição Nº 29.635, de 23 de maio de 2010, anuncia em uma primeira página especial que “A Folha fez o jornal do futuro” e que “Fazer o jornal do futuro é se reformular visual e editorialmente”. Essa reformulação é explicada no suplemento especial intitulado “Novíssima”.

A reforma se deu na parte visual com uma nova tipografia, com letras 12% maiores, títulos com bold (negrito) mais forte para matérias mais importantes e textos dos colunistas em itálico. Ainda na parte visual, a cor ciano ficou mais presente e o caderno de esportes se diferenciou das outras editorias pelo seu formato tablóide.

No conteúdo, a parte que sofreu maiores modificações, os textos se tornaram mais curtos e analíticos, como garantiu o diretor-executivo Sérgio Dávila na apresentação do “Novíssima”. Além disso o caderno “Brasil” passou a ser chamado “Poder”, em alusão a uma cobertura dos três poderes, o caderno “Economia” se transformou em “Mercado”, foi lançado o caderno “Tec”, publicado todas as quartas-feiras com notícia e análises do mundo digital e, por fim, o suplemento dominical

“+Mais”, voltado para intelectuais, se transformou no “Ilustríssima”, com textos mais simples. O jornal ganhou ainda 29 colunistas, totalizando 101, e uma nova revista intitulada “sãopaulo” teve seu lançamento anunciado para a edição do dia 06 de junho.

Por último, mas não menos importante, aconteceu uma modificação interna que veio complementar e, ao mesmo tempo possibilitar, a reforma: as redações do jornal Folha de S. Paulo e do site Folha Online (que passou a se chamar no dia 23 de maio de Folha.com) se uniram. Dessa forma o jornalista do Grupo Folha não é mais classificado como “do impresso” ou “do site”, tendo a possibilidade de ver sua reportagem publicada em qualquer um dos dois, ou em ambos.

A junção das redações é um dos últimos passos dados até agora pela Folha em direção ao pioneirismo e à inovação. Por isso ela se torna um o objeto de estudo imprescindível para o desafio ao qual esse trabalho se propõe. Através desse grupo de comunicação será analisado como as novas tecnologias estão modificando as redações dos jornais impressos, ou melhor, as redações que agora se tornam híbridas de jornais impressos e digitais.

4. NADA DE NOVO?

O jornalismo de hoje, independente do veículo de comunicação em que estiver inserido, é muito diferente do jornalismo de dez, cinco anos atrás. Um dos principais motivos dessa evolução é a Internet. A chegada da rede mundial de computadores mudou a maneira de a sociedade pensar a velocidade da informação. Não há mais a dependência de carros, aviões, trens e navios para levar a informação de um canto a outro no mundo. Não há mais dependência da intermediação de empresas de comunicação para o cidadão comum ser ouvido. Seria possível pensar que a Rede Globo de Televisão conseguiria ignorar por tanto tempo o movimento das Diretas-já na era da Internet, onde cada indivíduo pode se comunicar com o resto do planeta com apenas poucos cliques de um mouse ou por mensagens de celular?

Novos tempos na sociedade refletem novos tempos para quem escreve a história da sociedade: os jornalistas. Os responsáveis por hierarquizar e distribuir a informação agora veem esse papel repartido com seu público. A forma dos profissionais da comunicação pensarem a sua principal ferramenta de trabalho, a informação, mudou. Com isso, a notícia muda, a apuração da notícia muda, o modo de repassá-la ao público muda e os meios de comunicação também mudam. Um viajante do tempo, que partisse da década de 1940 e chegasse a uma grande metrópole de 2010, se sentiria desorientado pelas novidades e pela velocidade do mundo atual. A TV é o novo rádio; o cinema agora é em cores e em três dimensões; existe uma tal de Internet, que permite que você ache quase qualquer informação do que precise, sem nem sair do lugar, usando apenas um computador ou mesmo um minúsculo telefone, o chamado celular. E mais uma surpresa: falam do fim do jornal impresso!

Realmente para um cidadão do século passado, pensar o mundo sem jornal impresso, seu companheiro de todos os dias, é algo que beira o absurdo. Talvez estejamos longe dessa realidade apocalíptica para os impressos, mas só o fato de o assunto ser tratado com seriedade por pensadores e grandes corporações midiáticas já mostra que o “absurdo” tem a possibilidade de se tornar realidade daqui a alguns anos.

Com esse cenário, várias perguntas clamam por respostas. Algumas só virão com o tempo, outras podem vir com muita discussão, observação e estudo. O presente texto busca responder a algumas dessas várias perguntas: qual a nova realidade para o jornalista que trabalha em uma redação de jornal impresso? Qual o futuro de sua profissão ou do suporte para o qual escreve? Para se chegar a tais respostas, devemos ouvir os estudiosos e, principalmente, os atores principais.

Para tanto, foram usadas observações *in loco* feitas na Folha de S. Paulo, já com as redações do jornal impresso e da versão para a Web transformadas em uma só, como anunciado no capítulo anterior. A visita à Folha foi conduzida por Sandra Cristina Fontana, jornalista da Editoria de Treinamento. Enquanto Fontana apresentava as instalações e explicava o funcionamento da Redação, foi feita uma entrevista informal. Ainda será usada uma entrevista concedida por Ana Estela de Souza Pinto, editora de treinamento da Folha, por telefone. Com o estudo empírico assegurado, resta ouvir alguns pensadores da comunicação sobre o que pensam do novo cenário midiático. Com todos esses ingredientes, é possível especular se existe algo de realmente novo no trabalho dos jornalistas de um dos meios de comunicação mais antigos do mundo.

4.1 – O que há de novo?

O jornal impresso é uma plataforma muito antiga. É de uma época em que uma informação demorava dias, e até meses, para ser captada por seus destinatários. Mesmo assim, ele sobreviveu e conviveu muito bem com o aparecimento do cinema, do rádio, das revistas, da TV e da Internet discada, acessada pela linha telefônica. Porém, com a Internet de banda larga, em que a transferência de dados se torna realmente instantânea, as coisas mudaram. Uma nova forma de jornalismo, o webjornalismo, se apresentou para o mundo.

Ainda novo e pouco estudado, se comparado a outras formas de jornalismo, o webjornalismo é aquele desenvolvido especificamente para a Internet. Nessa análise, será considerado webjornalismo aquele dotado de seis características: hipertextualidade [existência de hiperlinks], interatividade [diálogo com o público], multimídia [uso de imagem, som e texto], personalização [conteúdo direcionado ao público alvo], memória [possibilidade de pesquisa] e atualização contínua. (PALACIOS, 2002b; MIELNICZUK, 2003).

Ao se abordar o webjornalismo, é importante ressaltar que suas características em separado não são aspectos novos. Sua força e ineditismo se devem ao fato de todos os itens estarem juntos pela primeira vez. O pesquisador Marcos Palacios (PALACIOS, 2002a) mostra alguns exemplos:

A Multimídia do Jornalismo na Web é certamente uma Continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos midiáticos (imagem, som e texto). No entanto, é igualmente evidente que a Web, pela facilidade de conjugação dos diferentes formatos, potencializa essa característica. O mesmo pode ser dito da Hipertextualidade, que pode ser encontrada não apenas em suportes digitais anteriores, como o CD-ROM, mas igualmente, e *avant-la-lettre*, num objeto impresso tão antigo quanto uma enciclopédia. A personalização é altamente potencializada na Web, mas

já está presente em suportes anteriores, através da segmentação de audiência (públicos-alvos). No jornalismo impresso isso ocorre, por exemplo, através da produção de cadernos e suplementos especiais (cultural, infantil, feminino, rural, automobilístico, turístico, etc); no rádio e na TV a personalização tem lugar através da diversificação e especialização das grades de programação e até mesmo das emissoras.

O único aspecto que Palacios considera ser inédito do webjornalismo, e que realmente rompe com os suportes anteriores, é a memória. Para o autor, ela pode ser múltipla, instantânea e cumulativa. Outro autor, Elias Machado Gonçalves, corrobora esse pensamento:

A lógica hierárquica, centralizada e fechada persiste nos bancos de dados como serviços comerciais independentes ou como arquivos dos periódicos em papel disponíveis para consulta pública, enquanto que o jornal digital permite um modelo horizontal e descentralizado de armazenamento das notícias. Em publicações como El Mundo Digital, de Madri, por exemplo, o usuário pode, através de um sistema de busca interna, rastrear sem nenhum tipo de restrição todos os conteúdos em suas variadas seções (MACHADO, 2002, p. 53).

Enquanto alguns estudam o que o webjornalismo traz de novidades, há aqueles que apontam seus traços negativos. Em artigo apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom-2002), Fernando Arteché Hamilton se posiciona como um descrente das vantagens da web para a qualidade da informação. Para ele, o jornalismo tem seu sentido alterado no webjornalismo, pois o processo começa em grande parte pela veiculação, ficando para mais tarde as tarefas de conferência das informações, confrontação com outras fontes e edição mais criteriosa das notícias. Hamilton completa dizendo que a velocidade de veiculação provoca certa desorganização do material informativo, que inclui desde os erros, mais frequentes do que no jornalismo convencional, até a dependência do momento de acesso do usuário para que se tenha um determinado panorama dos fatos mais importantes do mundo, que mudará nos próximos minutos ou nas próximas horas (HAMILTON, 2002).

Em uma linha de pensamento parecida, em que se defende que essa nova modalidade de jornalismo estaria alterando negativamente os bons costumes da

profissão, está Luciene Tófoli. Em texto reproduzido pelo site *Comunique-se*, a autora mostra que o jornalismo praticado para a web aumenta muitos vícios dos profissionais de comunicação. Um desses "vícios" seria o mimetismo midiático, que é a cobertura de um evento sem grande importância informativa pelo simples fato de outros veículos de comunicação acharem que os veículos concorrentes darão grande importância ao fato, o que se transforma em uma espécie de auto-intoxicação. Para Tófoli, essa "falta de polifonia do discurso jornalístico" é causada pelo ritmo acelerado imposto aos profissionais. Sem tempo para análise do que realmente seria interessante para a sociedade, não há espaço para o novo. As fontes são sempre as mesmas, por estarem disponíveis mais facilmente, os pontos de vista são os mesmos e o discurso da mídia acaba sendo sempre o mesmo (TÓFOLI, 2008). Esse ritmo vertiginoso pela busca da informação já existia antes, mas com o jornalismo para a Internet, tudo tem que ser instantâneo, a rapidez é mais valorizada do que o conteúdo, e esse pensamento acaba se acentuando nos outros veículos, por influência.

Outra característica apontada por Tófoli é o "jornalismo sentado". Referindo-se a uma pesquisa sobre a produção de notícias para a Internet, do professor Fábio Henrique Pereira, da Universidade de Brasília, a autora aponta que esse jornalismo em que o repórter não vai até a fonte apurar, apenas espera que a informação chegue a ele, é um novo perfil de muitos jornalistas do século XXI, que se copiam infinitamente. No estudo de campo do professor Fábio Henrique Pereira (PEREIRA, 2003 *apud* TÓFOLI, 2008), ele conclui:

Esse sistema de retroalimentação fica latente já na primeira visita à redação do *CorreioWeb*: TV sempre ligada em algum tipo de programação jornalística, rádio sintonizado na CBN local, consulta ao sites da Globo, do Estado de São Paulo, da BBC Brasil, etc. (...) À medida que a prática de copiar e reutilizar o material do concorrente torna-se usual, os jornalistas vão se importando menos com isso. Para a empresa, a pirataria significa dividir a audiência do site com veículos que não pagaram pela cobertura de determinado evento, seja pela compra de informações, seja pela contratação

de jornalistas. Isso afeta os lucros e inviabiliza a publicação de informações exclusivas pelo site. Mas para os jornalistas isso não faz tanta diferença. Responsável pela publicação de várias notas por dia, quase nunca assinadas, o jornalista não se identifica com o produto. Não há nenhum sentimento de posse pela matéria. Para ele, ser pirateado é uma prática lícita, desde que ele possa fazer o mesmo.

No outro lado, estão os que veem o lado bom do webjornalismo. O jornalista Carlos Castilho acredita que os profissionais ganharam liberdade. Em artigo publicado no site Observatório da Imprensa, ele afirma que, antes da Internet, coletar e publicar informações era, na maioria dos casos, uma atividade que só poderia ser desenvolvida com o amparo de uma empresa estruturada. Agora, que a web permite uma reportagem publicada em um blog tenha a mesma visibilidade do que a manchete de primeira página de um grande jornal, o jornalista tem mais possibilidade de praticar seu ofício de maneira rentável fora da grande mídia. Castilho (CASTILHO, 2010) completa: "E se há alguma luz no fim do túnel da sustentabilidade financeira do jornalismo autônomo na Web, esta parece ser a da colaboração e produção coletiva".

O detalhe da produção coletiva citada por Castilho é um assunto latente nas discussões sobre o papel do jornalista e sua relação com seu público. Porém, antes desse assunto ser abordado, vale acompanhar o raciocínio de Jonathan Dube. Em artigo de 2002, ele analisa quais são as ferramentas mais usadas e que complementam o texto, ajudando o leitor a ter informações mais detalhadas, além de permitir que o jornalista mostre os vários aspectos de uma história e use o máximo que o webjornalismo lhe permite. Dube (DUBE, 2002) cita as seguintes ferramentas:

1) *Print Plus*: é o modelo mais utilizado pelos grandes webjornais e consiste em disponibilizar o texto da maneira como ele seria publicado no impresso e acrescentar outros elementos como fotografia ou vídeo. Segundo Dube, é um jeito de reempacotar a notícia produzida para suportes tradicionais e não explora as vantagens da web.

2) *Interativos clicáveis*: são formas bastante comuns e baseiam-se nos tradicionais gráficos de jornal ou televisão, além de agregar elementos interativos que permitem ao leitor/usuário fazer algumas escolhas para obter a informação. São utilizados para complementar a notícia.

3) *Slideshow*: uma maneira muito simples de apresentar uma sequência de imagens. Pode servir ou para narrar uma sequência de fatos ou, simplesmente, como um ensaio fotográfico sobre um assunto.

4) *Estórias de áudio*: aposta na força que o áudio possui para narrar uma estória. Deve ser utilizado quando a palavra escrita não é adequada para expressar o conteúdo. Não dispensa o uso de imagens. Dube sugere o uso do áudio para declarações de experts, por exemplo.

5) *Slideshow* narrado: concilia imagens e sons. As imagens vão sendo passadas, automaticamente, enquanto também transcorre o áudio.

6) *Chats*: o autor salienta que, embora não pareça, um chat pode vir a ser uma forma interativa de narrar um fato, caso a situação apresente um moderador que conduza a situação.

7) *Quiz* ou Enquetes: assim como no caso anterior, a depender de como o questionário for proposto, pode funcionar como uma narração, a informação pode ser fragmentada no formato “perguntas e respostas”.

8) *Estórias animadas*: uso da animação para narrar um fato. É uma solução quando não há imagens sobre o acontecimento.

9) *Webcasting* interativo: trata-se do uso de vídeo associado a algumas possibilidades da web tais como oferecer links, chat, entre outros, proporcionando uma experiência diferente da que seria apenas ver o vídeo na televisão.

10) *Multimídia interativa*: utiliza várias ferramentas, criando, segundo o autor, uma forma híbrida, que integra texto, gráficos clicáveis, áudio, fotos e vídeo, transformando os vários elementos em um conjunto compreensível e interativo para narrar fatos.

Analisando esse mesmo trabalho de Jonathan Dube, a professora Luciana Mielnickuz, em um trabalho intitulado “Webjornalismo de terceira geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web” (MIELNICKUZ, 2003), tece um raciocínio perspicaz sobre o futuro do jornalismo:

O trabalho de Dube (2002) nos faz pensar que as rupturas anteriores, proporcionadas pelo rádio em relação ao impresso e pela televisão em relação ao rádio, foram mais simples, pois o suporte em si já apresentava um elemento que não existia anteriormente: a voz e, depois, a imagem. No caso da web, em relação aos outros suportes, o limite entre o que seria uma potencialização de possibilidades já existentes e o que seria uma ruptura, especificamente nesse caso do uso simultâneo de texto, sons e imagens, é muito tênue. E aqui o jornalismo vai precisar de subsídios em outras áreas como semiótica e artes para a compreensão dos processos que estão ocorrendo.

O mais importante de se apreender da discussão acerca da possível ameaça que o webjornalismo representa para tradição iniciada pelo jornal impresso são quais modificações as duas plataformas, online e impressa, vêm sofrendo em decorrência dessa disputa por audiência e quais são as consequências. Já foram apresentadas algumas características para situar o webjornalismo. Para o acompanhamento do caso do jornal e de seus jornalistas, se torna indispensável observar a abordagem que, ainda em 2002, Hérís Arnt (ARNT, 2002) utilizou para mostrar quais eram os efeitos reais das novas tecnologias na vida dos jornais:

No primeiro momento, as novas tecnologias serviram tão somente para modernizar o processo industrial e dinamizar as redações (pela substituição de velhas máquinas de escrever por computadores), numa segunda etapa, a tecnologia vai facilitar a comunicação interna, entre os diversos setores do jornal. Quando os jornais começaram a fazer edições online não sabiam para onde iam, nem por que o faziam, mas tinham a intuição de que se não fizessem acabariam por desaparecer. Hoje, pode-se falar de um jornalismo digital, que amplia, redobra, multiplica o potencial do jornalismo impresso.

Ao invés de ameaça, as novas tecnologias se tornaram aliadas do impresso. Como acontece com a chegada de qualquer novo meio de comunicação, ocorre um momento de adaptação. Quando surgiu a televisão, sua linguagem era a do rádio, apenas com o acréscimo de imagens. Posteriormente, as linguagens foram se diferenciando, e, ao contrário do que muitos previam, o rádio não entrou em extinção, apesar de perder sua força. O mesmo acontece com as versões online dos jornais. Em um primeiro momento, apenas reproduziam conteúdo. Depois começaram a adquirir uma linguagem própria e muitos disseram que era o fim dos jornais impressos. Mas como ressalta o pesquisador J. M. Charon, citado por Hérís Arnt, “a tendência, nos diversos países, tem sido a integração das redações do jornal impresso e online” (*Les Incertitudes du cyberjournalisme*. In: *Sciences Humaines*. Paris, nº 32, p. 20-21, 2001). Isso é o que aconteceu com a Folha de São Paulo.

Ao anunciar que, a partir do dia sete de abril de 2010, ocorreria a integração orgânica das redações da Folha de S. Paulo e da Folha Online, que passou a ser chamada de Folha.com, a direção do Grupo Folha apostou que o jornalista do futuro não mais trabalhará para o jornal ou para o site. Ele terá que apurar e escrever a matéria para a empresa que trabalha. Com isso em vista, a Folha busca mostrar que a Folha.com poderá ter conteúdo tão bem trabalhado quanto a Folha de S. Paulo, e que o jornal será tão dinâmico quanto o site. Como o processo de integração das redações se encontra no início, é difícil afirmar se esse é o caminho a ser seguido, como relata a editora de treinamento da Folha, Ana Estela de Souza Pinto:

A integração está mudando ainda, e cada editoria muda de um jeito. Algumas tiveram realmente uma alteração, no sentido que todos da equipe trabalham para as duas plataformas, tanto para impresso quanto para online, mas outras editorias ainda estão com as equipes divididas, gente que só cuida do online e gente que só cuida do impresso. Então, não teve um impacto uniforme, é difícil analisar a mudança na Redação, porque depende muito de editoria para editoria.

Enquanto na web o que vale é a velocidade, e a regra é noticiar o máximo de fatos possíveis, para um público que pode estar em qualquer lugar do mundo e ser de qualquer faixa etária, sexo e classe social, o jornal impresso pode, e deve, se dar ao luxo de selecionar entre as infinitas possibilidades de informação. Como comenta Hérís Arnt (ARNT, 2002):

O jornal é um meio que seleciona (com as imperfeições inerentes a toda a escolha), oferece várias versões, analisa os principais acontecimentos – mapeando as nossas leituras, em meio a esta saturação semiótica em que submerge cotidianamente o habitante da cidade.

O jornal é o responsável pelo recorte da sociedade. Ele tem a função de registrar o ocorrido de forma mais profunda e analítica do que qualquer outro meio – com exceção da revista, mas essa não tem caráter diário. Diferente das notícias da Internet, que se sobrepõem umas às outras, à medida que umas vão ficando velhas e outras novas – tudo isso em questão de minutos –, o jornal, com seu ciclo de 24 horas, deixa um registro mais concreto dos acontecimentos. A manchete do dia será única até a próxima edição, garantindo ao leitor que pode não ser a informação mais atual, porém é, na opinião editorial do veículo, a mais importante. Juntamente com as outras notícias, colunas, anúncios, editoriais e cartas dos leitores, ele organiza os acontecimentos em um espaço e tempo pré-determinados, dando a ideia de que o todo, mesmo que precariamente e parcialmente, pode ser apreendido em suas páginas.

Essa questão da relação do jornal com a sociedade, o seu público leitor, também é fundamental para sua sobrevivência. Enquanto na Internet o usuário é bombardeado por informações que podem ter vindo de qualquer fonte, desde as mais confiáveis até as

totalmente inverificáveis, no jornal o leitor tem a certeza de consumir notícias e informações que passaram pelo filtro de um profissional de jornalismo. Mesmo que esse filtro muitas vezes não seja perfeito, seja por falhas acidentais ou intencionais, os mecanismos oferecidos pela própria imprensa, como erratas, carta do leitor e notas da redação, transmitem uma sensação maior de segurança. Mesmo que nada disso valha muito para o jornal, sua credibilidade, seu bem mais valioso, está sempre em jogo e o força a ter uma atitude mais transparente.

O lado ruim da integração entre online e impresso é quando o jornal tenta copiar o que podem ser consideradas como algumas falhas da web. A Folha, por exemplo, anunciou que, em sua reforma editorial mais recente, os textos seriam mais enxutos e analíticos. Apesar da dificuldade natural de com menos espaço informar mais, a Folha acredita que essa é a tendência a ser seguida. Esse encaminhamento parece buscar um público mais jovem, acostumado a consumir a informação de forma rápida, pela vivência com a Internet. Talvez essa aposta possa afastar seu verdadeiro público alvo e acabar indo de encontro à qualidade, mas isso é assunto complexo e será retomado com mais detalhes à frente. Agora, para a conclusão do raciocínio de que alguns aspectos ainda garantem a sobrevivência do “jeito impresso” de fazer jornalismo, vamos ao fato de que informação custa caro.

Muito se fala nos dias de hoje em jornalismo cidadão, em que o não-profissional da comunicação faz sua própria pauta e relata o que viu. Isso está muito presente nos blogs, os diários virtuais tão populares hoje em dia. Apesar de usados por jornalistas profissionais, muitas vezes como única atividade, a maioria se utiliza do trabalho da mídia para ter conteúdo. Judith Brito, em reportagem para o jornal Gazeta do Povo, indica que um levantamento do Instituto Pew Research Center, demonstrou serem os jornais responsáveis por cerca de metade da produção de conteúdo jornalístico novo. As

demais mídias tradicionais juntas – tevê, rádio e outros – produzem quase todo o restante, e somente 4% das informações inovadoras originam-se nas novas mídias – plataformas de busca, agregadores, blogs, etc. Um segundo levantamento, feito pelo Fair Syndication Consortium, atestou que cada matéria de jornal é reproduzida sem licença em média 4,4 vezes na Internet, chegando a 15 vezes nos casos dos títulos de maior credibilidade (BRITO, 2010 *apud* OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, O valor do jornalismo. Disponível em: <<http://bit.ly/aIGErZ>> Acesso em: 28 fev. 2010).

Dessa forma, se torna óbvio perceber que não só a Internet, como todos os outros veículos de comunicação, dependem das equipes de jornalistas dos impressos, e de suas informações apuradas e de credibilidade, para terem conteúdo. Produzir informação inovadora e de qualidade custa caro e necessita de um trabalho bem feito. Sendo assim, fica difícil pensar em como o webjornalismo, que até hoje não encontrou modos concretos de gerar receita suficiente para sustentar uma equipe de qualidade, possa eliminar a necessidade do jornal impresso. Por enquanto.

Para continuar a análise sobre a relação entre as novas tecnologias e o velho jornalismo impresso, é necessário um aprofundamento no estudo do caso da Folha. Para verificar as principais mudanças, iremos comparar a Folha do final da década de 1980, ainda durante o período do Projeto Folha apresentado no capítulo anterior, com a Folha do ano de 2010, que acaba de integrar suas redações impressa e digital e introduzir uma reforma gráfica, e, de certa forma, editorial em ambas as plataformas. O estudo dos dias atuais, como já dito, será direcionado pelas entrevistas com jornalistas, observação de campo e informações colhidas em artigos sobre o jornal e nos próprios veículos: a Folha de S. Paulo e a Folha.com. Para a descrição de como era a Folha no final da década de 80, época áurea do Projeto Folha, e o que mudou de lá para cá, será usado o projeto experimental "O computador e a nova ordem do caos: a informática nas redações

jornalísticas brasileiras", de Carlos Pernisa Júnior, apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora. O trabalho foi concluído no segundo semestre de 1989 e descreve como foi o processo de informatização da Redação de três importantes jornais da época: O Globo, Jornal do Brasil e Folha de S. Paulo.

4.1.1 - O velho e o novo

O barulho das máquinas de escrever sendo usadas pelos jornalistas era ouvido de longe. E não era somente uma máquina, mas várias. Junto com o barulho dos telefones, as pessoas falando, um rádio ligado em um canto e uma televisão em outro canto, essa era a sinfonia diária da Redação do maior jornal do país em 1989: a Folha de S. Paulo. Porém, um aparelho que já há alguns anos habitava aquelas salas era bem mais silencioso e ganhava cada vez mais espaço: o computador. Com o primeiro terminal instalado em 1983, a Folha era pioneira no país quando o assunto era uma redação informatizada. Mesmo assim, seis anos depois, as máquinas de escrever ainda resistiam nas mãos dos mais conservadores, ou dos menos sortudos, já que ainda não havia computadores para todos, como relata Calos Eduardo Lins da Silva (LINS DA SILVA, 1988, p. 60-61):

(...) a maior parte dos repórteres do jornal ainda usa máquina de escrever e papel. Seus textos são depois digitados para entrar no sistema. Isso não ocorre por resistência deles aos computadores ou por falta de empenho da empresa para que eles não trabalhem em terminais (...) Não há terminais para todos os jornalistas.

As mudanças ocorridas pela chegada dos computadores não eram somente disputas por uma chance de usar o sistema. Toda a Redação teve que ser modificada. Os

terminais apresentavam defeitos constantes, e uma das causas era o forte calor. Por isso, em 1987, foi instalado um sistema de ar condicionado. O fumo, antes permitido, teve que ser restringido para que o sistema não fosse afetado pela fumaça dos cigarros. Com essas mudanças, o ambiente ficou mais limpo. Com a vagarosa substituição das máquinas de escrever, também passou a ficar mais silencioso.

As mudanças mais importantes, no entanto, eram no trabalho propriamente dito. O tempo para escrever e enviar as matérias para correção e posterior impressão diminuiu bastante. Como consequência, os erros se tornaram mais presentes. Com os computadores, os próprios repórteres e redatores tinham que corrigir seus textos. Até se adaptarem e ficarem mais atentos, com um texto que poderia ser considerado final, o leitor sofreu com letras, palavras e até parágrafos fora do lugar. Uma modificação que também diz respeito ao texto foi a redução do seu tamanho, como explica Carlos Pernisa Júnior (PERNISA JÚNIOR, 1989, p. 61):

Há uma determinação da direção da Folha para que o espaço ocupado por cada matéria não ultrapasse as 40 linhas de 70 toques. Essa concisão tem sua explicação: a concepção visual do jornal e a facilidade do leitor para se informar mais rápido, lendo o que é mais importante (...) Assim, o jornal ganha em dinamismo e se torna mais leve e mais fácil de ler.

Outra novidade surgida com a informatização foram os suplementos e os cadernos especiais. Com os computadores era mais fácil a criação de mais páginas “destacadas” dos cadernos normais, além de maior liberdade gráfica. Juntamente com os cadernos especiais, vieram as edições diferenciadas, com várias regiões do país recebendo diferentes reportagens, o que acontece até hoje com a edição “nacional”, com horário de fechamento anterior à edição de “São Paulo”, distribuída mais tarde e com notícias mais novas.

Não só a vida dos repórteres foi modificada. Os diagramadores também ganharam uma ajuda da informática. Como relata Carlos Pernisa, passou a ser utilizado

na Folha um sistema chamado "Figurino Editorial", com soluções gráficas para notícias mais curtas e melhor uso do espaço disponível em cada página. Ainda era esperado, para o começo dos anos de 1990, a instalação do programa de paginação Pagemaker, a compra de mais scanners, eliminando o *paste-up* e possibilitando a inserção de fotos diretamente na edição da página e a atualização do processo de impressão a cores, ainda pouco usada.

As mudanças foram tão significativas ao jornal que, em entrevista concedida a Carlos Pernisa (PERNISA JÚNIOR, 1989, Apêndices p. XV), em dezembro de 1989, Carlos Eduardo Lins da Silva, na época diretor de planejamento da Folha, disse que fazer o jornal sem os computadores já era “absolutamente impossível (...) Mudou tudo. Hoje o jornal não sairia. Se der uma pane no sistema de computador, acho que o jornal não sai”.

Se há mais de vinte anos atrás já era considerado impossível fazer um jornal sem computador, imagine hoje. Além de todos os jornais já terem um ou mais sites na Internet, versões online de suas edições diárias, contratos com grandes portais web, blogs, perfis no Twitter e em redes sociais, toda a redação e o trabalho dos jornalistas estão interligados à tecnologia.

A Redação da Folha foi reformada recentemente, em 2009. Além da já citada reforma editorial, aconteceu uma reforma estrutural, com obras e mudanças. O quarto andar, antes pouco ocupado, passou a abrigar uma redação ampla, com várias mesas e nenhuma divisória entre elas. Todos os repórteres têm pelo menos um computador em suas mesas. Os fotógrafos chegam da rua com suas câmeras digitais, passam o chip para um funcionário responsável pela triagem das fotos, que separa as melhores para os editores e repórteres no sistema interno da empresa, uma espécie de *intranet*.

O fato de não haver divisórias, o que já existia há muitos anos atrás, é interessante porque a Redação não é só da Folha de S. Paulo e da Folha Online. Lá também convivem os funcionários da Agência Folha, das revistas especiais que saem ocasionalmente e do jornal Agora, periódico pertencente ao grupo Folha da Manhã S.A e direcionado aos públicos das classes C e D. Com essa disposição, as linhas que dividem os veículos e as editorias se tornam invisíveis, reforçando o sentimento de que a empresa realmente busca uma integração entre os jornalistas das diversas plataformas e veículos. Em meio à profusão de mesas está a sala de reunião, com paredes de vidro e com uma grande mesa ao centro. Persianas estão disponíveis, caso a conversa tenha que ser mais discreta, no caso de uma informação que possa resultar em um furo jornalístico, por exemplo.

Quanto às mudanças no dia a dia dos jornalistas, em meio a toda essa reforma física e editorial, alguns aspectos já foram anteriormente abordados. Porém, é interessante lembrar que a editora de treinamento e jornalista da Folha há 22 anos, Ana Estela de Souza Pinto, confidencia que as mudanças provenientes da integração das redações ainda não podem ser medidas com plenitude, tendo em vista que são modificações recentes e que nem todos se inseriram nessa novidade. Ela acrescenta que a possibilidade de um repórter que só escrevia para a versão impressa ter sua notícia veiculada no site era uma demanda dos próprios jornalistas, que muitas vezes tinham uma informação importante em mãos e queriam divulgar o mais rápido possível, para não serem “furados” pelos concorrentes.

Outra questão envolvendo a “nova Folha” é o volume de trabalho. Com a obrigação de produzir conteúdo tanto para o site quanto para o impresso, os jornalistas não ficam sobrecarregados? Ana Estela responde que: “quando você tem uma equipe maior para fazer as duas coisas você acaba eliminando as redundâncias, então, na teoria,

tem diminuído o trabalho ao invés de ter aumentado”. Ela complementa dizendo que não houve grande resistência à integração, até porque “quem era do impresso estava querendo fazer online, porque é a plataforma do futuro, e o pessoal do online sempre acha legal entrar no impresso, que é o veículo de maior prestígio. Então acho que agradou às duas partes”.

Uma novidade que vai além do que se pode ver, é o trabalho “virtual” dos repórteres. Um jornalista, assim como a maior parte das pessoas, possui perfis em redes sociais e até mesmo blogs pessoais. Isso gera, inclusive, alguns desentendimentos entre o profissional e a empresa, como o caso de um editor da revista National Geographic Brasil, que foi demitido após falar mal da revista Veja em seu perfil do Twitter. As duas revistas são da mesma editora, a Abril. No caso da Folha, até hoje não houve nenhum caso parecido, e o acesso às redes sociais e microblogs (como o caso do Twitter) é permitido. A editora de treinamento Ana Estela, inclusive, afirma que o jornalista da Folha pode usar o Twitter e as redes sociais para ajudar na apuração de uma matéria. Além da produção, essas novas ferramentas da Internet também são usadas na promoção dos produtos da Folha, sendo que o jornal possui um perfil no Twitter e um no Facebook, e a Folha criou recentemente o cargo de editor de multimídia, responsável, entre outras coisas, pela manutenção das redes sociais e relacionamento direto com o leitor. Apesar de todos esses avanços, a Folha ainda não possui um canal para publicar conteúdos enviados por leitores, como já é comum em outros veículos de comunicação.

Uma última questão, talvez a mais interessante, é quais foram os efeitos do Projeto Folha da década de 1980, estudado pelo professor Carlos Pernisa Júnior e abordado por Carlos Eduardo Lins da Silva no livro “Mil dias”, em relação aos dias atuais. Ana Estela afirma que:

Alguns pilares continuam até hoje, tanto no conteúdo jornalístico, com um jornal sempre crítico, sempre pluralista, independente, que critique todos os poderes, quanto na questão interna, tendo uma organização do trabalho, metas, avaliações, discussões, autocrítica constante. Algumas coisas estiveram mais em voga, outras menos. Por exemplo, o didatismo. Houve época em que era muito incentivado no jornal, depois deixou de ser prioridade, depois voltou a ser prioridade.

Com essas observações feitas na Redação da Folha, pode-se voltar ao ponto principal da discussão. O maior jornal do Brasil em tiragem, e um dos maiores em prestígio, enxerga o jornalista e o jornal do futuro como híbridos. Tanto o profissional pode fazer matérias para ambas as plataformas, como o jornal deve ter o texto parecido com o lido na Internet e vive-versa. Apesar de certa coerência, esse pensamento tem seus riscos.

A coerência está na tendência absoluta da virtualização da informação. Enquanto as empresas gastam boa parte dos investimentos para a compra do papel e máquinas para a impressão do jornal, os custos para se transferir esse mesmo conteúdo – e ir mais além com áudio e vídeo – para plataformas digitais, são mínimos. Não dependendo do papel, as empresas podem direcionar o investimento para a sua mão de obra, tornando-a mais qualificada, e não fica prisioneira de uma matéria-prima que historicamente tem grande variação de preço.

Porém, existe o risco de pensar que na Internet ninguém está interessado em informação aprofundada, e levar isso para o mundo do impresso. Ao anunciar que seus textos serão mais enxutos, apesar de analíticos, a Folha de S. Paulo parece estar procurando atingir um novo público, que pode ser seduzido por uma linguagem menos complicada. Isso, no entanto, pode ser um “tiro no pé”. Ao aproximar seu conteúdo do formato da Internet e enveredar para uma comunicação de massa – não tendo muita preocupação com a participação do usuário com seções do tipo “jornalismo cidadão” –, corre o risco de ver seus leitores habituais abandonarem o jornal e, mesmo assim, não

conseguir o tão almejado novo público, que, por ver sua linguagem tão parecida com a Internet, prefere optar pela opção mais dinâmica e na maioria das vezes gratuita.

É esse paradoxo, informar de forma mais veloz e diminuir a força da concorrente Internet e, ao mesmo tempo, se parecer mais com ela, acabando por perder seu papel de formador de opinião, o que o jornalismo tem que evitar. Os jornais, ao menos enquanto for interessante publicá-los em papel, têm que levar ao leitor aquilo que ele dificilmente encontrará em outra plataforma: o conteúdo. Enquanto o rádio tem sua instantaneidade, a televisão tem a força da imagem e a Internet tem o poder de agregar tudo isso e criar um diálogo instantâneo, o jornal impresso tem o privilégio de poder ser aquele que, além de simplesmente transmitir notícias, analisa os fatos, mostra as diferentes questões presentes em cada notícia e tem a confiança de ser, através dos séculos, o amigo fiel em que todos podem confiar. Machado de Assis, ainda no século XIX, já sabia dessa que é quase uma garantia da sobrevivência do impresso no século XXI: “Confesso que não acreditei na notícia, a princípio; mas o respeito em que fui educado com a letra redonda fêz-me acabar de crer que se não fosse verdade não seria impresso”.

Com o aumento nas vendas dos *e-Readers* e a chegada do *Ipad* ao mercado, parece que esse “respeito com a letra redonda” pode ser transferido para a “letra quadrada” das telas. Esses novos produtos, a exemplo dos computadores pessoais e dos celulares, conseguem acessar todo o conteúdo que a Internet disponibiliza, incluindo as notícias dos jornais, mas as novidades tecnológicas têm a vantagem de serem mais amigáveis à leitura. Telas com tecnologia que permite uma leitura menos cansativa e formatos mais maleáveis (existem aparelhos que podem ser dobrados como folhas de papel), os *gadgets* modernos prometem abarcar todas as qualidades dos antigos jornais impressos e somar a comodidade da web. Talvez no futuro seja possível comprar o

jornal que quiser, de qualquer parte do mundo (e ainda traduzido), sem ter que ir à banca, apenas utilizando o seu *Ipad* e pagando bem menos pelo exemplar.

A tendência nesse momento é a de que o jornal impresso não sustente sua posição de líder de opinião e veículo cobiçado pela publicidade no formato atual. Porém, é importante lembrar, que sempre haverá pessoas dispostas a pagarem por informações confiáveis. Sendo assim, não é muita ousadia afirmar que o bom jornalismo sempre estará a salvo, com jornalistas de alto nível produzindo conteúdo relevante para a Internet e os suportes em que ela pode e poderá ser visualizada. Se essa tendência ocorrerá dessa maneira, e se as empresas de comunicação e jornalistas de hoje estão no caminho certo, essa resposta não está ao nosso alcance. Não nesse momento. Talvez daqui há alguns anos seja possível encontrá-la nas páginas de um grande jornal ou no Twitter de um anônimo.

CONCLUSÃO

O jornal impresso, como o conhecemos hoje, pode acabar um dia. Pode ser daqui a cinco anos, pode ser daqui a cinco séculos, pode ser que nunca acabe. É difícil fazer previsões. Em entrevista a Carlos Pernisa Júnior, o jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva disse, em 1989, que a máquina de escrever continuaria presente em muitas redações brasileiras pelos próximos 20 ou 30 anos. Não bastaram cinco anos para que sua previsão, apesar de muito lógica para a época, tornar-se irreal.

Hoje a Folha também tenta, através de suas reformas, fazer uma nova previsão, apostando que o futuro do jornalismo será híbrido e de multi-plataforma. Aposta também que, por enquanto, o jornal impresso tem seu lugar assegurado e a transição para o meio online será lenta e gradual, com anunciantes e receita publicitária migrando de forma orgânica e os leitores aguardando os movimentos do jornal em direção à nova era da comunicação. Em tempos de mudanças rápidas, essa aposta pode ser um pouco arriscada.

Independente de previsões, o importante para o jornalismo é saber que a transmissão da informação de valor, aquela bem apurada e com credibilidade, não acabará nunca. Sempre estará presente, seja impressa em uma folha de jornal, seja brilhando em uma tela de celular. Na era da informação, o jornalista é um dos atores principais, apesar de ser sempre bom estar nos bastidores, deixando que os fatos ganhem a atenção do público.

A Internet, que sem dúvida foi uma das maiores revoluções na comunicação, veio para auxiliar o bom jornalismo. Ela não tem limitação de espaço, tamanho ou

tempo. Existe em todos os lugares e, ao mesmo tempo, em lugar nenhum. Não há como destruir sua força. Os historiadores do presente, os jornalistas, não devem lutar contra ela. Devem buscar entendê-la, corrigir as suas falhas e aproveitar esse momento histórico para se juntar à revolução e transmitir através de texto, som, imagem e bits, as boas novas dessa nova era da comunicação.

Nunca foi tão fácil ser ouvido. A busca pela verdade e pela informação nunca esteve tão ao alcance de todos. Resta aos jornalistas se transformarem nos filtros da informação e continuarem a fazer o seu papel social, de informar a sociedade e chegar o mais perto do que podemos considerar a verdade dos fatos. Isso, computador nenhum poderá fazer por nós.

REFERÊNCIAS

- ARNT, Hérís. **Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais**. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom – Salvador/BA, 2002.
- BAHIA, Benedito Juarez. **Jornal, história e técnica: História da imprensa brasileira, volume I**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- CASTILHO, Carlos. **Jornalistas vivem situação esquizofrênica na transição para a era digital**. Disponível em: < <http://bit.ly/doQrbj>> Acesso em: 14 mar. 2010.
- DINIZ, Lilian. **Novas mídias, velho jornalismo**. Disponível em: <<http://bit.ly/dmUikw>>. Acesso em: 09 nov. 2009.
- MACHADO GONÇALVES, Elias. O jornal digital como epicentro das redes de circulação das notícias. **Pauta Geral**, ano 9, Nº 4, Editora Calandra, 2002.
- HAMILTON, Fernando Arteche. **Webjornalismo: novo ritmo do fazer jornalístico ou atividade derivada?** Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom – Salvador/BA, 2002.
- MANUAL da redação: Folha de S. Paulo. São Paulo: Publifolha, 2010.
- MENDES, Renato. **A blogosfera e os jornais**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=580ENO001>>. Acesso em: 09 mar. 2010.
- MIELNICZUK, Luciana. **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo do XXVII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2003.
- NOVÍSSIMA! **Folha de São Paulo**. 23 mai. 2010, suplemento especial.
- PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. 2002a. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/doc/covilha_palacios.doc>. Acesso em: 15 fev. 2010.
- PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz; NARITA, Sandra. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo**

online brasileiro e português. Trabalho apresentado no XXV Intercom. Salvador, 2002b.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **O computador e a nova ordem do caos: A informática nas redações jornalísticas brasileiras.** Projeto experimental apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora, 1989.

PICCININ, Fabiana. **O texto jornalístico on-line: um estudo sobre a linguagem das notícias na internet.** Trabalho apresentado no XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom - Campo Grande – MS.

QUADROS, Claudia Irene de. **Uma breve visão histórica do jornalismo on-line-** XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom - Salvador/BA, 2002.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal.** 1ª edição. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988a.

_____. **Mil dias: seis mil dias depois.** 2ª edição. São Paulo: Publifolha, 2005b.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil.** Rio de Janeiro: Graal, 1997.

TALESE, Gay. **The Kingdom and the Power.** New York: Del Publishing Co., 1981.

TÓFOLI, Luciene. **Novo código de ética dos jornalistas e o mimetismo midiático.** Disponível em: <<http://bit.ly/dmUikw>>. Acesso em: 22 de fevereiro de 2010.

APÊNDICE

A - ENTREVISTA COM ANA ESTELA DE SOUZA PINTO, editora de treinamento da Folha, concedida em 09 de junho de 2010, pelo telefone.

THANIUS - Como mudou a rotina da redação com a integração das redações do impresso e online?

ANA ESTELA - Está mudando ainda, e cada editoria muda de um jeito. Algumas tiveram realmente uma alteração, no sentido de que todos da equipe trabalham para as duas plataformas, tanto para o impresso quanto para o online, mas outras editorias ainda estão com as equipes divididas, gente que só cuida do online e gente que só cuida do impresso. Então não teve um impacto uniforme, é difícil analisar a mudança na Redação, porque depende muito de editoria para editoria.

THANIUS - Foi noticiado pelo Observatório da Imprensa que o Sindicato dos jornalistas de São Paulo criticou a integração, acusando a empresa de sobrecarregar o jornalista e disseram basear as acusações em relatos dos próprios funcionários. Como vocês veem essa acusação do sindicato?

ANA ESTELA - Acho que para uma ou outra pessoa, principalmente para os editores, que agora são responsáveis pelas duas plataformas, pode ter realmente aumentado essa responsabilidade, mas para a maior parte das pessoas não teve aumento da carga de trabalho, porque ninguém foi demitido, temos as mesmas funções exigências de trabalho que existiam antes, com a mesma equipe. Na verdade, se você for colocar no

papel, quando você tem uma equipe maior para fazer as duas coisas você acaba eliminando as redundâncias, então na teoria tem diminuído o trabalho ao invés de ter aumentado. Mas não teve grande resistência aqui, eu não vi resistência nenhuma, pode ter tido casos pontuais, mas acho que na maior parte o pessoal aceitou bem. Quem era do impresso estava querendo fazer online, porque é a plataforma do futuro, e o pessoal do online sempre acha legal entrar no impresso, que é o veículo de maior prestígio. Então acho que agradou as duas partes.

THANIUS - Antigamente as redações pegavam as matérias dos jornais impressos e colocavam na Internet, hoje já existe conteúdo exclusivo para web. Já estão estudando um novo modo de trabalhar para os novos meios, como e-Readers?

ANA ESTELA - Sim, temos vários projetos sendo desenvolvidos para o jornalismo *mobile*, como o para celulares, que tem a tela menor... mas não é nada para agora.

THANIUS - Sobre a queda da obrigatoriedade do diploma imposto pelo STF, como a Folha encarou essa situação? Houve mudanças?

ANA ESTELA - A Folha nunca exigiu diploma, sempre contratou gente sem diploma, então não alterou nada.

THANIUS - Mas então até para os cargos de repórter não exigiam o diploma?

ANA ESTELA - Sim, para repórter, colunista, para tudo, sempre foi assim.

THANIUS - Na Redação vocês se baseiam em blogs, redes sociais, Twitter, para ajudar na apuração de notícias?

ANA ESTELA - O Twitter é uma ferramenta de apuração como todas as outras, não

pode substituir as outras, e deve ser tratada com os mesmos cuidados das fontes de informação, pode ser um primeiro contato, um meio de pesquisar, achar gente, mas depois temos que escolher os entrevistados com critério de relevância, critério jornalístico, sempre chegar bem a informação. É uma ferramenta a mais de informação, tanto para achar pessoas quanto para divulgar o trabalho que a gente faz.

THANIUS - Antigamente a relação entre leitores e jornalistas era por cartas para a Redação. Hoje existem os comentários na própria matéria do site, o e-mail que o jornalista pode receber diretamente. Como os repórteres lidam com isso? Eles respondem aos leitores, tem alguma orientação da direção quanto a isso?

ANA ESTELA - Varia de pessoa para pessoa. Eu sempre respondo a quem me escreve, no blog [<http://novoemfolha.folha.blog.uol.com.br>] e etc. Agora o jornal não obriga o repórter a responder. A gente criou há duas ou três semanas um Editor de multimídia cuja função principal é essa: cuidar do relacionamento com as redes sociais, com o leitor. Ele alimenta a página da Folha no Facebook, no Twitter, cuida da interação.

THANIUS - Como vocês encaram o jornalismo cidadão, ou participativo?

ANA ESTELA - Na Folha não existem canais para publicar material que vem do leitor.

THANIUS - O atual excesso de informação para o leitor o deixa confuso, como apontam estudos. Como o jornalista lida com essa informação em excesso?

ANA ESTELA - Causa o mesmo tipo de dificuldade que a do leitor, você acaba tendo que filtrar, mas essa é a essência da nossa profissão, selecionar, analisar, decidir rapidamente o que vale a pena e o que não vale.

THANIUS - Na Folha.com o repórter posta a matéria e alguns segundos depois pode modificá-la se necessário. Você acha que essa flexibilidade pode tornar o repórter menos exigente com revisão e correção?

ANA ESTELA - Acho o contrário, porque agora o repórter fica muito mais exposto à crítica do leitor, então a tendência é corrigir mais.

THANIUS - Como vocês lidam com o jornalismo sentado, aquele em que a pessoa apura somente por telefone e releases?

ANA ESTELA - Sempre que é importante estar presente, nós vamos. Tem matéria que não é preciso ir, como ronda das estradas. Mas quando faz diferença o repórter estar no lugar, a gente tenta ir.

THANIUS - Como os jornalistas mais tradicionais do impresso estão lidando com a Internet?

ANA ESTELA - As pessoas se adaptam rápido, mas não é todo jornalista que vai ter que produzir para Internet, no ritmo da Internet. Mesmo assim, acho que já sentiam a necessidade de publicar logo a informação, algo que você tem e quer mostrar. Então não é um grande choque, é inclusive uma oportunidade a mais de fazer coisas que já se queria fazer.

THANIUS - Ante a crise dos jornais e a reforma da Folha, quais são as perspectivas para os próximos anos?

ANA ESTELA - Difícil saber. Queremos crescer cada vez mais, ter cada vez mais leitores, vender cada vez mais jornal, ser um jornal que continua sempre ousando, encontrando maneiras melhores de fazer jornalismo, um jornal com mais furos [de

notícias].

THANIUS - Você falou muito em jornal, mas e a Internet? Como a Folha planeja ganhar dinheiro, cobrar o leitor, com a Internet, a exemplo do que quer fazer o New York Times?

ANA ESTELA - Isso está em estudo. A grande questão da Internet é o chamado modelo de negócios, ou seja, como você sustenta a informação jornalística de qualidade em um meio que na maior parte das vezes não é pago. O faturamento publicitário também é baixo, insuficiente para manter uma equipe de apuração, de investigação jornalística, essa é a grande questão a ser resolvida, e uma das propostas que estão aí é o micro pagamento, como o Financial Times e o New York Times fazem. Mas a Folha não se decidiu. O conteúdo do impresso é fechado para assinantes e o conteúdo da Folha Online, que é mais pontual, mais factual, é totalmente aberto.

THANIUS - Quais os efeitos do Projeto Folha da década de 80, 90, para os dias atuais?

ANA ESTELA - Alguns pilares continuam até hoje, tanto no conteúdo jornalístico, com um jornal sempre crítico, sempre pluralista, independente, que critique todos os poderes, quanto na questão interna, tendo uma organização do trabalho, metas, avaliações, discussões, autocrítica constante. Algumas coisas tiveram mais em voga, outras menos. Por exemplo, o didatismo. Houve época em que era muito incentivado no jornal, depois deixou de ser prioridade depois voltou a ser prioridade.