

CAPÍTULO 1

Um panorama do Jornalismo Digital

Nascido no século XVII o jornalismo refletia, de um lado, o aproveitamento das potencialidades técnicas de impressão desenvolvidas desde o surgimento dos tipos móveis em 1480, na Alemanha, com Gutemberg e, de outro, respondia a uma necessidade social de informações demandadas pelo processo de emergência do capitalismo. Dependente, na sua primeira fase, do meio técnico de reprodução, o jornalismo, neste período, era confundido com seu aparato infra-estrutural, o que permitiu uma perenização de duas associações imprecisas no aspecto conceitual.

A primeira, que repercute até hoje, classificava o jornalismo de forma genérica como imprensa, restringindo o que se constituiria a partir de então como um modo específico de compreensão do mundo/realidade às suas condições tecnológicas de existência. A segunda, de natureza muito semelhante a anterior, definia o jornalismo através da simples associação com o suporte jornal que se configurava somente como o modelo preliminar com que se estreava na faina de distribuição das notícias, através das gazetas impressas.

A autonomia do jornalismo enquanto uma modalidade discursiva decorre entre outros fatores dos avanços no campo tecnológico. Com a criação do cinema em fins do século XIX, do rádio nos anos 20 e da televisão no final da década de 30, o que antes se limitava às *gazetas* migra para as telas dos cinemas e para as programações das emissoras de rádio e de televisão. Neste sentido, o discurso jornalístico rompe com a dependência de sua etapa de fundação, no estágio do jornalismo impresso, para abarcar o universo mais amplo das produções do telejornalismo e do radiojornalismo.

A consolidação do discurso jornalístico nesses meios, possibilita as sedimentações características a cada uma das suas gramáticas específicas, superando os malfadados procedimentos de mera transposição de um veículo para outro, que motivava, por exemplo, no começo dos anos 50, a apresentação radiofonizada dos telejornais, em parte decorrente da inexistência do Vídeo Tape, que obrigava a produção ao vivo, sem o recurso da edição de imagens, que singulariza o telejornalismo.

Em suas fases anteriores, os conceitos das variadas modalidades discursivas do jornalismo estavam atrelados aos suportes tecnológicos: jornal-imprensa; cinejornal-cinema; telejornal, televisão e radiojornal, rádio. Com o advento do mundo digitalizado, ocorre pela primeira vez uma espécie de síntese discursiva, através dos recursos da comunicação multimídia. Nas fases anteriores o desenvolvimento tecnológico rudimentar como que fez ativar discursos particulares para cada um dos suportes elencados historicamente como a imprensa, o cinema, o rádio, a televisão, o videotexto.

A massificação de um único padrão de ambiente comunicacional gera a fusão simbiótica das várias faces discursivas (som, imagem e escrita) numa mesma instância discursiva multimidiática. Emerge o jornalismo digital, em que os átomos são substituídos pelos bits¹. Ao contrário de todas as outras formas anteriores de jornalismo que eram, de uma maneira ou de outra, *distribuídas*, seja pela circulação do papel impresso seja pela difusão de ondas, o jornalismo digital precisa ser *acessado* pelo usuário. Tal diferença deve produzir modificações consideráveis nas estratégias de divulgação do produto, a fim de gerar a demanda dos potenciais usuários.

O problema se reveste de contornos ainda mais interessantes e peculiares quando referido à questão da publicidade na Internet e nas publicações digitais. A própria publicidade² ou se torna *informativa* ou está condenada a não atrair o usuário, que simplesmente não *clikará* sobre o ícone que dá acesso à página do patrocinador.

Além destas modificações de caráter mais genérico no campo da comunicação, no jornalismo digital de modo mais específico, pela primeira vez, três elementos distintos vão ser conjugados: a *massividade*³, a *interatividade* e a *personalização*. Tais características serão objeto de considerações ao longo deste trabalho e no processo de análise das publicações nacionais e internacionais resenhadas.

Para alguns analistas, mais do que uma singela profecia, antes do final do século haverá uma supremacia do ambiente comunicacional único, sendo que uma das suas principais conseqüências seria o desaparecimento do sistema convencional de telefonia, substituído pelas TVs a cabo⁴. Neste novo modelo, o usuário além de dispor de filmes e programas, teria acesso à comunicação via Internet.

No momento, o entrave para que qualquer usuário que tenha um micro com microfone e caixas acústicas possa conversar com outra pessoa de outro lugar do planeta que dispõe do mesmo equipamento, é a dificuldade de se transmitir voz e vídeo com a mesma velocidade com que hoje se transferem textos e imagens. Espera-se que essa limitação da Internet esteja tecnicamente resolvida nos próximos dois anos.

Em 1989 eram apenas 42 os jornais digitais. A explosão do número dos portadores de computadores com acesso à rede em meados dos anos 90 viabiliza a ampliação dessa linha de atuação. Em 1994 se estimava que havia 38 milhões de usuários da Internet e que o número

¹ As redes norte-americanas *ABC*, *CBS* e *CNN* têm seus telejornais disponibilizados na Internet. Ver Ouça rádio e assista a TV no micro. In: *Informática Exame*, março de 1996, p.p. 96/97. Cf. endereços no guia publicado em anexo.

² A massificação da Internet entre as agências começa a alterar as rotinas de produção das peças publicitárias, com a implantação de sistemas de videoconferências. Cf. LISKAUSKAS, Suzana. Publicidade trilha seu caminho na superhighway. In *Informáticaet*, *Bahia Hoje*, 26 de junho de 1996. p. 06.

³ Para alguns analistas como o brasileiro Néelson Hoineff o novo formato de televisão digital implica em um fim inevitável da programação massificada. Parece mais razoável, a nosso ver, que em vez de uma substituição absoluta de um modelo pelo outro haja, isto sim, uma convivência entre ambos. Cf. HOINEFF, Néelson. A nova televisão. - demassificação e o impasse das novas redes. Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 1996, p. 23.

⁴ Cf. as previsões do analista da revista norte-americana *Forbes* George Gilder. In *A vida após a televisão*. Rio de Janeiro. Ediouro, 1996. Ver também MOON, Peter. O fim do interurbano. *ISTOÉ* 1383 .03. 04. 96, p. 94.

creceria para 56 milhões até o final de 95. A projeção era de que pelo menos outros 200 milhões de usuários ingressariam na rede até 1999⁵. Com esses números impressionantes, mas ainda conservadores diante da maioria das previsões de especialistas,⁶ muda a relação com um mercado, então tratado, como um simples nicho, e mais explorado em caráter experimental pelas agências de notícias do que pelos jornais. O cenário começa a sofrer modificações, com o lançamento das versões digitais de jornais impressos, no fim dos anos 80.

Nos EUA, a ocupação do ciberespaço pelas publicações jornalísticas toma corpo através de periódicos como o *San José Mercury* (<http://www.sjmercury.com>), e do *Virginian Pilot* (<http://www.inf.net/pilot/>), disponibilizados respectivamente em novembro e dezembro de 1993, sendo o primeiro considerado pela indústria norte-americana de jornais como o melhor jornal digital do mundo, em recente concurso realizado, na Califórnia⁷.

O ano de 1994 demonstrou que a nova modalidade jornalística teria um futuro promissor, com a chegada em bloco à rede das versões digitais de inúmeros outros jornais, como o *Nando Net*, em 04/94, do *Palo Alto Weekly* (<http://www.service.com/PAW/home.html>), em 02/94, do *Family World*, (<http://www.family.com>), em 07/94, do *Colorado Gazette-Telegraph* (<http://usa.net.gazette>) em 09/94, do *Aspen Times* (http://www.infoesphere.com/aspenonline/directory/times/times_index.html), em 10/94, do *Syracuse Newspaper* (<http://www.syracuse.com>) em 10/94, do *OutNow*, (<http://www.outnow.com>), do *San Francisco Chronicle*, (<http://www.sfgate.com>), em 11/10, do *Capital*, (<http://www.inf.net/capital/>) e do *Journal Newspaper* (<http://www.inf.net.journal>) em 12/94.

Em 1995 entram no ciberespaço alguns dos mais famosos diários norte-americanos como o *USA Today* (<http://www.usatoday.com>); em 04/95, *Wall Street Journal* (<http://www.wsj.com>) em 07/95 e o *Boston Globe* (<http://www.boston.com>), em 10/95. O término deste processo ocorre em fevereiro de 96, quando o *The New York Times* (<http://www.nytimes.com>), que antes se limitava a um serviço especializado de notícias, o *faxpaper*, faz sua estréia na Internet. No mês anterior fora a vez do *Los Angeles Times* (<http://www.latimes.com>).

Apesar de não haver nenhuma estatística oficial sobre o conjunto de publicações digitais na WWW, a indústria norte-americana de jornais estimava extra-oficialmente que, até fevereiro de 1996, o número de publicações digitais (de todos os tipos: diárias, semanais, mensais; jornalísticas, técnicas, humorísticas, literárias, etc) na rede fosse de 3.850 em todo o mundo. Somente nos EUA cerca de 300 empresas mantinham serviços jornalísticos digitais.

⁵ Ver dados da International Data Corp in BOURNELLIS, Cynthia. Etech International, serviço de notícias, San José, Califórnia. E-mail (4637785@mcimail.com).

⁶ Somente no Brasil se projeta que o número de usuários da rede até o final de 1996 pode chegar a 1 milhão. Cf. SIQUEIRA, Luiz Augusto e CHARLAB, Sérgio. Ao povo o que (ainda) é da elite. In *Internet World*. Abril de 1996, pp. 41/7.

⁷ STRECKER, Máron. Mercury Center é premiado como melhor jornal online. In *Folhaweek*. 25/02/1996. (<http://www.folha.com.br>).

Estes dados representavam um aumento percentual de 200% em relação a 1994.⁸ Menos de três meses depois, em 17 de maio de 1996, numa primeira rodada de uma pesquisa em que já não se trabalhava mais com projeções, mas com estatísticas oficiais, segundo *Editor & Publisher*⁹ o total de publicações jornalísticas *auditadas* na rede era de 819, sendo que destas 36 haviam sido lançadas somente no mês anterior. Em 21 de junho de 1996 o número estava em 1115 publicações, a maioria delas fundadas entre 1995(100) e 1996 (750).

Dentro do quadro geral, várias são as características e formatações destes órgãos jornalísticos¹⁰ já auditados. A maioria, 505, são publicações diárias; 142 semanais; 40 Negócios; 35 Alternativas; 35 de Grupos Editoriais; 42 Serviços Comerciais; 138 de BBS e 62 Outros. Os Estados Unidos são disparados o país com o mais elevado número (464) de publicações jornalísticas participantes na Internet. O Canadá vem a seguir com 68, sendo que a mais antiga é o *Halifax Daily News*, de Dartmouth, (<http://www.hfxnews.com>), criada em 06/94. Desse total a maioria - 45 - chega à WWW em 1995.

A nível de continentes, a Europa ocupa uma posição intermediária, com 166 publicações, seguida da Ásia com 33. O percentual menos expressivo fica com o Leste Europeu, com 7 abaixo da África¹¹ e da Oceania, que têm 10. Na Ásia a primeira publicação digital - o indiano *The Hindu* (<http://www.web.page.com>), data de dezembro de 94. A maioria das publicações asiáticas, no entanto, aparecem em 1995, a exemplo dentre outros do *Hong Kong Racing Journal*, (<http://www.horseracing.com.hk/~journal>), um jornal sobre corridas de cavalos, em 09/95, e *Ming Pao* (<http://www.cuhk.hk/mingpao>), na China; *Asahi Shimbun* (<http://www.asahi.com>), 08/95, *Mainichi Shimbun* (<http://wwwmainichi.co.jp>), 1995, e *Yomiuri Shimbun* (<http://www.yomiuri.co.jp>), no Japão; *Business Times Singapore* (<http://www.asia1.com.sg/biztimes/>), em 06/95 e *Straits Times* (<http://www.asia1.com.sg/straitstimes/>), em 12/95, em Singapura; *Seoul Shinmun* (<http://zec.three.co.kr/Koreaherald>), em 09/95, na Coreia do Sul; *Daily News and Sunday Observer* (<http://www.lanka.net/lakehouse/>), no Sri Lanka e *Business Day* (<http://www.loxinfo.co.th/~bday>), em 1995, na Tailândia.

Na Oceania, o veículo digital mais antigo é o australiano *Weekend Independent*, (<http://www.uq.oz.au/jrn/twi/twi.html>), de Brisbane, editado desde 1994. Dentre outros os mais conhecidos na Austrália e na Nova Zelândia são o *Age* fundado em 01/95 (<http://www.theage.com.au>), o *Australian Financial Review* (<http://www.afr.com.au>), 07/95;

⁸ Cf. *Editor & Publisher* in <http://www.mediainfo.com>. Ver Também a matéria “Os serviços eletrônicos começam a se impor.” no encarte especial sobre jornalismo digital da revista da Sociedade Interamericana de Periodismo. *In Hora de Cierre*, outubro de 1995, p. 06.

⁹ *Editor & Publisher*. In Statistics newspaper online. (<http://www.medianfo.com>)

¹⁰ Os EUA tem o maior número percentual de publicações com 65,8%, seguidos da Europa com 15,8%; Canadá com 7,8%; América Latina/Sul, com 5,2%; Ásia, com 3,0; Oceania, com 1,4; África, com 0,6 e Leste Europeu, com 0,5%. Cf. OUTING, Steve. Newspapers online: The latest statistics. In Stop Presses. (<http://www.mediainfo.com>) - 21/06/96.

¹¹ O Governo dos Estados Unidos prometeu, através do Vice-Presidente, Albert Gore Jr., a criação de um programa de apoio para liberar em cinco anos 15 milhões de dólares para melhorar o acesso à Internet na África. Cf. *Edupage* de 16/05/96 (<http://www.internet.br@IF.USP.br>)

Sydney Morning Herald (<http://www.smh.com.au/index.html>), em 04/95; o *New Zeland Doctor* (<http://www.nzdoctor.co.nz>), em 06/95 e o *NZ Infotech Weekly/The Dominion* (<http://www.infotech.co.nz>), em 08/95, além do mais recente que é o diário *Australian* (<http://www.australian.aust.com>), em 04/96.

Na África, a atual situação de ocupação do ciberespaço, é ainda muito incipiente mesmo nos países mais desenvolvidos como a África do Sul, com um total de 10 publicações, o que parece desmentir a profecia do norte-americano Nicholas Negroponte de que a revolução digital reduziria as distâncias entre o primeiro e o terceiro mundo. Apenas quatro países tem veículos digitais (Gana, África do Sul, Uganda e Zâmbia). O mais antigo deles é o *The Monitor* (<http://www.africanews.com/monitor>), inaugurado em janeiro de 1995. Os demais são o *Ghanaian Newsrunner* (<http://www.euronet.nl/users/bse/calofon.html>), de Gana; *Financial Mail* (<http://www.atd.co.za/fm>), da África do Sul; e *The Post* (<http://www.zammet.zm/zammet/post/post.html>), todos fundados em 1995.

1.2 - A entrada da América Latina e do Brasil no mundo digital

No Brasil, a utilização da *Internet* pelas organizações jornalísticas resulta numa etapa preliminar de algumas iniciativas isoladas como as do *Grupo Estado de S. Paulo* (<http://www.embratel.net.br/~ageestado>), que investe de forma pioneira nos serviços especializados de informações via computador desde os anos 80, através da modernização da *Agência Estado*¹². A preocupação do conglomerado em acompanhar os próximos passos do intrincado mundo digital fez com que o *Estado* aderisse ao projeto *Notícias do Futuro* do Massachusetts Institute of Technology- MIT (<http://www.Nif.mit.edu>), que realiza pesquisa sobre as novidades do jornalismo digital, inclusive com experiências de publicações personalizadas como o *Fishwrap* (<http://www.fishwrap.mit.edu>).

Neste modelo de jornal digital de laboratório, que veremos de modo detalhado no Capítulo 5 deste Manual, cada assinante recebe um conjunto de reportagens diárias, de acordo com as suas áreas de preferência previamente adiantadas aos editores. A expansão do jornalismo digital se espalha em nosso país como uma decorrência do êxito de versões similares dos jornais e revistas norte-americanos ou ingleses em meados de 1995.

Primeiro jornal brasileiro a adentrar com uma cobertura completa no ciberespaço, em 28 de maio de 1995, o *Jornal do Brasil* (<http://www.ibase.br/~jb/>), apresentava uma interface pouco interativa, sendo quase uma cópia resumida do jornal tradicional.

Menos de dois meses depois vários outros jornais têm suas *home-pages* registradas na WWW, como *Estado de S. Paulo*, a *Folha de S. Paulo* (julho), *O Globo* (setembro), *O Estado*

¹² A *Agência Estado* entra na rede em fevereiro de 1995, através de um *link* com a *Worldnews*, de Washington. É verdade que meses antes o *Jornal do Comércio*, de Recife distribuía seus serviços na Internet, mas de modo diferente do que ocorre com as notícias da *Agência Estado* as novidades sobre o país transmitidas pelo *Jornal do Comércio* limitavam-se a remeter arquivos de textos pela rede. Cf. FONSECA, Tatiana. Bem-vindo à Internet. In *Imprensa*, Abril de 1995, p. 28.

de Minas, o *Zero Hora* (julho), o *Diário de Pernambuco* e o *Diário do Nordeste* (julho). Nenhum deles, com exceção do *JB On-Line*, que entra em acordo com a *Agência JB* em janeiro de 1996 para uma alimentação permanente de sua edição digital, atua com a noção de *tempo real*. Alguns sequer são atualizados diariamente, como o *Estado de Minas* e o *Zero Hora*, que tem caráter semanal¹³.

Na América Central o fenômeno de adesão ao formato digital ocorre quase de modo simultâneo ao Brasil. O *La Nación*, (<http://www.lanacion.co>) diário com tiragem impressa diária de 110 mil exemplares, é o primeiro da América Central a ingressar na Internet, de maneira experimental, a partir de 29 de dezembro de 1994, e em caráter oficial desde 7 de abril de 1995. Na Costa Rica também circula, desde maio de 1995, o *The Tico Times* (<http://infoweb.magi.com/calypso/ttimes.html>) e nas Bermudas o *Bermuda Sun* (<http://www.bermudasun.org/news>), lançado em 1995.

Nos demais países da América Central já estão na rede entre outros *El Norte e Reforma*, (<http://www.infosel.reforma.com.mx>) e (<http://www.infosel.elnorte.com.mx>); *Granma*, de Cuba (<http://www.cubaweb.ch/granma/index.html>); *El Diálogo de Yucatán* (<http://www.yucatán.com.mx>); *Excelcior* (<http://http://worldnews.net>), *El Nacional* (<http://serpiente.dsgca.unam.mx80/html/nacional/nacional.html>) e *El Economista* (<http://serpiente.dsgca.unam.mx80/html/economista/economista.html>), no México¹⁴; *Diário de La Prensa*, (<http://www.laprensa.hn.com>) em Honduras, e *El Panamá América* (<http://www.nando.net/uit/EPA/>) e *La Prensa*, (<http://www.gbm.net/prensa>), no Panamá, todos desde 1995.

Na América do Sul, o pioneirismo na rede cabe ao jornal o *Diário de Notícias*, (<http://www.ing.ula.ve/~dparedes/noticias.html>), de Mérida, na Venezuela, editado desde 1993. Nos demais países são várias as publicações digitais: *Hoy*, (<http://ecnet.ec/hoy/hoy/html>), no Equador, em 01/95, a revista *Caretas*, (<http://www.rcp.net.pe/CARETAS>) e o diário *La Republica*, (<http://www.rcp.net.pe/LaRepublica>), 09/95, de Lima, no Peru. *La Nación* e *El Clarin* (<http://www.Clarin.com>), 03/96, na Argentina. No Uruguai o primeiro a conquistar o ciberespaço é o *El Observador* (<http://www.zfm.com/observador/>), em outubro de 1995. O tradicional *El País* (<http://www.web2mil.com/ELPAIS/>) chega à WWW em maio de 1996.

1.3 Os Europeus digitais

Apesar de o jornalismo digital começar a instituir-se em vários países da Europa desde 1994, a sua expansão para a quase totalidade do continente ocorre apenas em 1995. Os pioneiros são o *The Telegraph*, na Inglaterra, novembro de 1994, (<http://www.Telegraph.co.uk/>),

¹³ No Capítulo seis apresentamos uma análise detalhada dos jornais brasileiros digitais, inclusive com o registro de suas mais recentes modificações.

¹⁴ Na América Central o México é de longe o país com o maior número de publicações digitais, um total de 24 no levantamento do *Editor & Publisher*, em 17 de Maio de 1996. Cf. *Editor & Publisher* (<http://www.medianfo.com>)

considerado pela *Internet World*¹⁵ como melhor digital do mundo; *Kommunal Rapport* (<http://www.kr.kommorg.no>), na Noruega, abril de 94, *Negavisimaia Gazeta* (<http://www.glas.apc.org.ng/>), de Moscou, na Rússia e *Aftonbladet* (<http://www.Aftonbladet.se>), na Suécia, agosto de 94, *Gazeta w Krakowie* ([gopher//gopher.cyf-kr.edu.pl/11gazeta](http://gopher/gopher.cyf-kr.edu.pl/11gazeta)), janeiro de 94, *Engineering Weekly* (<http://www.ingenioeren.dk>), da Dinamarca em dezembro de 94,

Mas, é apenas em 1995 que as mais conhecidas empresas jornalísticas européias estréiam suas versões digitais. O mês de janeiro entra com uma verdadeira avalanche de novas publicações na rede: *Il Manifesto* (<http://mir.it>), *La Stampa* (<http://www.lastamp.it>) e *Corriere della Sera* (<http://www.globnet.rcs.it>), na Itália; *Jornal de Notícias* (<http://www.jnoticias.pt>), em Portugal; *Morgenbladet*, (<http://www.oslonet.no/MB/MB.html>) na Noruega; na Finlândia, com o *Turun Sanomat* (<http://www.turunsanomat.fi>); o *Izvestia* (<http://www.online.ru/mlists/izvestia/izvestia-izvestia>), na Rússia; *Warsaw Business Journal* (<http://www.eps.hu/wbj.html>), na Polónia; *Wiener Zeitung* (<http://www.oesd.co.at/WZ/WZ.html>), na Áustria; *Caledonian*, (<http://www.cims.co.uk>); na Escócia; *ABC*, (<http://www.abac.es>), na Espanha e *Die Schweiger Internet Zeitung* (<http://www.xjournal.ch>), na Suíça.

Nos meses seguintes, numa segunda fase desse processo de expansão de publicações digitais, é a vez de outros como, *Die Financieel Economische Tijd* (<http://www.tijd.be/tijd/>), em março de 95, *Nuremberger Nachrichten* (<http://www.wosn.de/nes>), da Alemanha, abril de 95; *The Times* (<http://www.the-times.co.uk>) e *Financial Times*, Inglaterra e *Die Welt*, (<http://www.wel.de>), de Berlim, na Alemanha, em maio de 95; *Liberation*, (<http://www.netfrance.com/Libe>), agosto de 1995, na França; *Hamburger Morganpost* (<http://www.mopo.de>), na Alemanha em setembro de 95 e *The Guardian*, (<http://www.gold.net/cgi-bin>) também da Inglaterra, em novembro de 95.

Alguns dos mais importantes jornais europeus entraram no web há poucos meses, obrigando os seus leitores a uma longa espera. O conhecido diário francês *Le Monde* (<http://www.lemonde.fr>) vai para a Internet em dezembro de 95. A exceção entre os principais diários europeus até maio de 1996 era o espanhol *El País*¹⁶, de Madrid, que ainda estava preparando a sua *home-page*. A edição digital do *El País* (<http://www.elpais.es>), apresenta a íntegra do material publicado na edição impressa, incluindo o noticiário internacional e o suplemento literário.

¹⁵ Cf. Os melhores e os piores. In: *Internet World*, fevereiro de 1996, Rio de Janeiro, Mantelmedia, p. 35

¹⁶ Cf. LEIRIA, Luís. Não é português mas parece - se o inglês é o problema o português resolve. In *Internet World* nº 11, Julho de 1996. p 11. Rio de Janeiro. Mantelmedia.