



**Claudia Irene de Quadros (Universidade Tuiuti do Paraná)**

### **Uma breve visão histórica do jornalismo on-line<sup>1</sup>**

#### Resumo

Ano de 2002. Faz mais de seis anos que ocorreu o *boom* dos jornais na internet. Apesar de pouco tempo ter passado, há muita história para ser registrada sobre o jornalismo *on-line*. Sem a pretensão de abarcar toda a trajetória dos diários digitais na rede mundial de computadores, este trabalho procura destacar o início do ciberjornalismo de versões impressas norte-americanas, brasileiras e espanholas que foram deslocadas para a *World Wide Web*. A proposta é tentar evitar erros do passado, quando era rara a preocupação em guardar a memória de um meio de comunicação e muito menos em analisá-lo e pesquisá-lo de forma científica. Se não fosse o árduo esforço do pesquisador desta área no resgate histórico sobre os mais diversos aspectos de um meio, seria impossível, por exemplo, a evolução das Ciências da Comunicação. Pesquisar o jornalismo na internet não é uma questão de modismo, é uma necessidade. Afinal, a internet foi o último e o mais sensacional meio de comunicação do Século XX e segue sua carreira na era da Revolução Digital.

Palavras-chave: jornalismo on-line; internet; histórico.

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

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



"os átomos serão transformados em bits" foi incorporada em muitos discursos, como prova de “erudição” digital.

O fato é que a discussão sobre este tema (o fim do jornal impresso) chegou a algum lugar, sobretudo porque despertou o interesse de muitos pesquisadores das Ciências da Comunicação também com relação ao estado da arte do jornalismo on-line. Por isso, a preocupação em registrar a sua história e de seus profissionais é de extrema relevância.

"Por trás do mundo virtual há uma realidade construída por profissionais dispostos a escrever a história do jornalismo na internet." <sup>1</sup> ( DE QUADROS, 1999). Afinal, entre 1995 e 1996, quando houve um grande número de lançamentos de versões digitais de jornais impressos, era grande o esforço dos ciberjornalistas que buscavam (e ainda buscam) uma linguagem apropriada e uma arquitetura web adequada para disponibilizar na rede um bom diário eletrônico aos seus usuários. Lúcia Leão, em sua obra *O Labirinto da Hipermídia*, destaca que a arquitetura web “envolve o trabalho de diversas mentes, distribuídas em diversas páginas (...)é a própria tecnologia hipertextual que permite os elos entre os pontos diversos.” <sup>2</sup> (LEÃO, 1999)

A história registrada pode contribuir para o avanço de qualquer área. Será que Tim Bernes Lee criaria a WWW, em 1989, sem ter como referência o artigo da década de 40 de Vannevar Bush? A verdade é que este pesquisador, que imaginava ter acesso a documentos de forma não linear, contribuiu para a evolução da internet ao deixar registrado suas idéias em um artigo da revista *Atlantic Monthly*. Já na década de 60, ainda com base nos estudos de Vannevar Bush, o pesquisador Theodore Nelson avançou na investigação de uma linguagem não linear e criou o termo hipertexto. O princípio do hipertexto, que permite ao internauta construir seu próprio caminho, está presente na WWW de Tim Bernes Lee. A sua invenção, por sua vez, foi fundamental para o surgimento dos navegadores (*browsers*). O primeiro deles foi o Mosaic, criado em 1993. Com os navegadores da WWW, que renovaram a interface gráfica da internet e facilitaram o seu acesso ao usuário, foi possível disponibilizar na rede produtos *on-line*, inclusive os jornais digitais.

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Esta oportunidade de oferecer um diário de fácil acesso ao usuário despertou o interesse de empresários da comunicação. Nos Estados Unidos, eles foram os primeiros a vislumbrar uma nova forma de obter lucros. Entre os pioneiros estão os jornais digitais *The Nando Times* (1994) e o *The San Jose Mercury Center* (início de 1995). Ambos, no entanto, ganharam destaque por explorar as vantagens da internet, oferecendo muito mais que a simples transposição das informações do diário de papel para a Rede. Sobre este último quesito, os estudos do professor John Pavlick, da Universidade de Columbia, que classificou os jornais digitais em três estágios (o 1º. seria apenas a transposição da versão impressa para a internet, o 2º. esta transposição e mais alguns produtos diferenciados do jornal de papel e o 3º. um produto totalmente exclusivo para a internet), foram fundamentais para a análise e o aprimoramento do jornalismo *on-line*.

A experiência na divulgação de informações jornalísticas on-line, sem dúvida, contribuiu para as empresas de comunicação que decidiram implementar diários digitais na WWW. Por exemplo, os jornais que formam a cadeia *Knight - Ridder* (empresa de comunicação) foram obrigados, em 1995, a fechar o laboratório de design (*Information Design Laboratory*) coordenado pelo jornalista e designer Roger Fidler com a utilização da *World Wide Web*. "Eles decidiram aproveitar as oportunidades da web, que proporcionam benefícios muito mais rápidos"<sup>3</sup>. (OUTING, 1995). No entanto, as experiências feitas neste laboratório com o *flat panel*, que pretendia ser o protótipo do diário do futuro, foram consideradas no momento de criar as páginas web do *The San Jose Mercury Center*, que possuía desde 1993 uma versão eletrônica distribuída pela companhia *America On line* por meio de uma rede própria.

De acordo com Roger Fidler, "a tecnologia somente facilita a mudança e cria oportunidades. Sem o correspondente esforço dos jornalistas e dos empresários dos meios de comunicação em melhorar a qualidade da informação e oferecer o que o público necessita e deseja, a metamorfose não será mais que uma crisálida oca"<sup>4</sup> (FIDLER, 1994). O depoimento de Fidler pode ser corroborado com o registro histórico do início do *The San Jose Mercury Center*, que obteve sucesso por apresentar em sua redação digital profissionais empenhados em construir a linguagem da internet. Em 1996, fazia parte do quadro de jornalistas do *The San Jose Mercury Center* o jovem

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Mark Hull. Com apenas 21 anos, ele foi responsável por uma reportagem distribuída na Rede sobre como o lucro das vendas da cocaína a certos bandos de Los Angeles iam parar em um fundo da *CIA*, agência norte-americana de inteligência. A documentação incluía um pequeno acervo de decisões da Corte, cartas entre senadores e o fiscal geral, fotos que comprovavam tal fato e conversas gravadas com os traficantes da droga. "Com a minha idade, tenho que agradecer o sucesso da internet", <sup>5</sup> destacou na época Hull. (IANZITO, 1996).

As redações digitais abriram portas (e continuam) aos jovens jornalistas. No *boom* da internet, nos Estados Unidos, na Espanha e no Brasil a maioria delas era formada por profissionais com um bom currículo acadêmico, mas com pouca experiência no jornalismo. O editor do *The Nando Times*, Seth Efron, proferia em seus discursos que era conveniente contratar jornalistas menos experientes para trabalhar nos diários eletrônicos, porque "eles não têm noções preconcebidas do jornalismo." <sup>6</sup> (IANZITO, 1996).

O *The Nando Times*, criado pela empresa *McClactchy Newspaper Inc.* que edita o diário impresso *News & Observer*, de Raleigh, foi um dos primeiros jornais a surgir na WWW. Além da experiência proporcionada por grandes empresas de serviços *on-line*, como *American Online*, *Progidy* e *Compuserve*, os projetos científicos coordenados por profissionais renomados e as iniciativas de algumas empresas de comunicação foram e continuam sendo responsáveis pelo desenvolvimento dos jornais na internet.

O *News in the Future*, projeto de pesquisa desenvolvido no MIT ([www.media.mit.edu](http://www.media.mit.edu)) - Instituto Tecnológico de Massachusetts, nos Estados Unidos - vem trabalhando desde a primavera de 1993, com o apoio de diversas empresas jornalísticas de todo o mundo, na busca de novas formas para criar jornais mais interativos, úteis e de fácil acesso. Walter Bender, um dos responsáveis por este projeto, destacava, em maio de 1997, que "a comunicação eficaz requer um rico conteúdo em sua representação. E as representações devem estar adequadas ao contexto do indivíduo e da comunidade a qual pertence. Assim a mensagem pode ser atrativa e útil". <sup>7</sup> (BENDER, 1997).

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



O *Fiswrap*, o diário digital criado no MIT, procurou utilizar desde o seu surgimento todos os recursos interativos da hipermídia para tentar tornar-se, talvez, uma referência para um grande número de jornais eletrônicos que apenas transpõem a versão impressa para a internet. A revista *Wired*, também produzida nos Estados Unidos, sempre buscou criar padrões para as revistas digitais. Nicholas Negroponte, diretor do MIT, por exemplo, pode até ser criticado por suas idéias sobre o fim do jornal impresso, mas é impossível retirar o mérito dele por algumas de suas criações que serviram de modelo para muitos *sites*. Nicholas Negroponte criou o jornal personalizado batizado de *Daily Me*. A concepção do diário como oferta de serviços dirigidos a um indivíduo continua contribuindo para os estudos desenvolvidos na área, apesar da experiência nunca ter obtido uma circulação massiva. No entanto, conseguiu apresentar características destacadas pelo próprio Negroponte: "Ser digital supõe o surgimento de um conteúdo totalmente novo, de novos profissionais (...)" <sup>8</sup> (NEGRPONTE, 1994). Além de criar uma nova proposta para fazer jornalismo, o *Daily Me* demonstrou a necessidade de preparar jornalistas para a internet.

A cooperação de diversas empresas norte-americanas também contribuiu para o desenvolvimento dos jornais eletrônicos. Em 1995, nos Estados Unidos, foi criada a companhia *New Century Network*, uma associação entre oito editoras de jornais: *Knight-Ridder*, *Cox Newspaper*, *Gannett Co. Inc.*, *Hearst Corporation*, *The Washington Post Corporation*, *Times Mirror Co.*, *Tribune Co.* e *Advance Publication Inc.* "No total, estas oito empresas publicam (referente ao período de 1995 \*) 185 diários, com uma tiragem conjunta de mais de 20 milhões de exemplares, o que representa um terço da indústria de diários nos Estados Unidos". <sup>9</sup> (GARNEAU, 1994).

Entre os periódicos citados acima, muitos continuam servindo de referência para jornais que estão chegando na Rede ou que pretendem alcançar um estágio mais avançado na WWW. No entanto, é importante destacar que as primeiras gerações de páginas web reproduziam conteúdos e *design* das versões impressas, aproveitando os dados armazenados nos computadores da redação tradicional. A editora do *The New York Times Electronic Media Company*, Elizabeth A. Osder, sempre demonstrou a preocupação em atender as exigências da internet e, principalmente, de seu público:

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



"Agora nosso desafio é construir um novo conteúdo para um novo meio: o mundo da grande teia", <sup>10</sup> destacava a editora no início de 1997. (OSDER, 1997). Desde este período, Elizabeth Osder acreditava que para as próximas gerações dos jornais digitais seria necessário possuir editores preparados para o desenvolvimento de novos produtos que aproveitassem as vantagens do hipertexto.

O *The New York Times* apresentou em seu diário digital na web em janeiro de 1996, explorado de forma diferente da sua versão eletrônica distribuída pela empresa *American On Line*, um conteúdo que procurava utilizar os recursos oferecidos pela linguagem não linear da internet.

O *The Washington Post.com*, jornal criado pela empresa empresa Digital Ink Co., também foi desenvolvido com a intenção de oferecer um produto distinto da versão impressa da do *The Washington Post*. O objetivo de adequar o diário digital nas páginas web não só obteve êxito entre os seus usuários, como também foi considerado em 1995 "um dos mais completos exemplos do novo enfoque do jornalismo na internet." <sup>11</sup> (McADAMS, 1995). As atualizações, que neste período eram feitas a cada seis horas, demonstravam mais uma vez o esforço do jornalista nas redações digitais.

Além de ter sido obrigado a utilizar novas ferramentas e a desenvolver a linguagem e conceitos apropriados para a arquitetura web, o jornalista passou a enfrentar desafios com relação a uma carga de trabalho ainda mais desgastante que a do profissional que atuava no diário impresso. Em 1996, o produtor *on-line* Bill Frischling, da *Digital Ink*, relatava que começava todos os dias às seis horas da manhã e só concluía o seu trabalho às seis da tarde. Entretanto, isto não parecia ser um problema para Frischling. Com apenas 24 anos na época, o jovem jornalista relatava para a *Columbia Journalism Review* que gostava do seu trabalho. "Eu acho interessante construir links, referências e indicar sites com o mesmo assunto tratado no jornal eletrônico." <sup>12</sup> (IANZITO, 1996). No princípio, ele admitiu, que ficava aborrecido por não escrever, mas nunca duvidou da relação do seu trabalho com o jornalismo. Afinal, sempre precisou valorizar as notícias mais importantes para editá-las nas páginas web.

Na Espanha os diários na WWW surgiram um pouco mais tarde que nos Estados Unidos. Vale ressaltar que o seu desenvolvimento também está relacionado ao esforço

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



de jornalistas que também tinham interesse na área de informática. O apoio financeiro, embora reduzido, veio quando os empresários de comunicação perceberam que era necessário atender à nova demanda gerada pela internet.

Antes do diário eletrônico tornar-se uma realidade no mundo da comunicação espanhola, como nos Estados Unidos, os cientistas foram os primeiros a descobrir as vantagens das páginas web. Em 1993, Jordi Adell y Carles Bellver disponibilizaram na WWW informações sobre a Universidade Jaume I. No entanto, o primeiro diário digital neste sistema foi o *Boletim Oficial do Estado*, que pode ser lido na internet desde 1994. O jornal *on-line* possui o mesmo conteúdo da versão impressa, com a vantagem de poder ser consultado antes da sua distribuição em papel.

Em 1995, diversas empresas de comunicação espanhola já tinham na rede uma versão eletrônica de seu diário em papel. Em primeiro de abril daquele ano surgiu o diário digital *Avui*, depois foram lançados na WWW o *El Periódico de Catalunya e La Vanguardia*. Ao princípio, esses jornais digitais continham o mesmo conteúdo de suas versões impressas. Mas, pouco a pouco, conseguiram oferecer serviços mais interativos. Neste sentido, mais uma vez vale destacar que o desenvolvimento de um produto *on-line* está relacionado com a preparação do jornalista e, evidentemente, com o interesse da empresa em que trabalha.

Luis Ángel Fernández Hermana, editor da revista científica *Enredando* e colunista do *El Periódico de Catalunya*, ressalta que a discussão da substituição do jornal impresso pelo digital é inútil, considera fundamental reconhecer as responsabilidades das empresas e dos jornalistas diante do meio de comunicação internet: "os meios deverão passar por um doloroso processo de reconhecer que o mundo não é só aquilo que eles publicam, mas também muitas outras coisas que estão sendo disponibilizadas na Rede. Isto será um enorme desafio para os meios (...) E os jornalistas receberão a informação da própria internet para realizar o seu trabalho, mas também deverão disponibilizar informação para a Rede. É fundamental a troca de informações".<sup>13</sup> (FUENTES I PUJOL, 1997).

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Em 1995 também começaram a surgir os diários digitais nas redações da grande imprensa de Madri. Em 19 de setembro do mesmo ano, o jornal de circulação nacional *ABC* foi disponibilizado na WWW. Em meados de 1997, quatro profissionais eram responsáveis pela produção da versão eletrônica do *ABC*. Eles começavam a trabalhar às onze da noite e quase sempre saíam da redação às seis horas da manhã. Segundo Avelino Buendía, um dos responsáveis pelo *ABC* eletrônico, a idéia naquele período era ampliar o número de jornalistas para oferecer outros serviços ao internauta, com atualizações constantes. "Como não há muitos profissionais na redação digital do *ABC*, é impossível atualizar as notícias durante 24 horas do dia, como costumam fazer alguns diários eletrônicos em diversas partes do mundo".<sup>14</sup> (BUENDÍA, 1997).

Os jornalistas do *ABC* eletrônico, em 1997, aproveitavam todo o conteúdo do diário impresso. A transposição da versão impressa naquele período não era uma tarefa fácil, porque eles não tinham encontrado um programa para atender a todas as necessidades. O conteúdo do jornal impresso era disponibilizado de forma quase "artesanal". Considerando desde a sua implementação na internet, em 1997 já era possível registrar muitos progressos no diário digital. "Nós tínhamos dificuldades para acrescentar alguma notícia ou corrigir outra, porque o nosso servidor ficava em Bilbao. Os problemas de transmissão eram terríveis", destacou Avelino Buendía.<sup>15</sup> (BUENDÍA, 1997).

O diário digital *El Mundo* foi para a WWW em maio de 1995. No entanto, os leitores tinham apenas acesso ao suplemento *Campus*, dirigido aos jovens. As demais seções do jornal impresso não estava disponível na rede. Depois do *Campus*, chegou a vez de outros suplementos, como *Su Dinero* e *Salud*. Em 1996 também surgiram os resumos de notícias e outros produtos exclusivos do diário digital.

A versão eletrônica do diário *El Mundo* nasceu do esforço do jornalista Mario Tascón, professor da Universidade de Navarra e atual diretor do *El Mundo on-line*. Ele era chefe da seção de infográficos do jornal impresso quando decidiu estruturar o *El Mundo* nas páginas web. Quando o produto despertou o interesse do público e chamou a atenção dos empresários do jornal, Mário Tascón pode contar com o apoio de

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



um redator que era responsável, no início de sua carreira, pela base de dados da versão impressa do *El Mundo*.

A outra fase daquele jornal eletrônico ocorreu em março de 1996, quando mais dois redatores foram contratados para a cobertura das eleições gerais. Esses jornalistas, oriundos da Universidade de Navarra, tinham como missão preparar uma espécie de boletim eleitoral. Em 1997, numa terceira etapa do jornal digital, a redação era formada por 10 pessoas, entre redatores e bolsistas. Destes, somente dois haviam trabalhado na versão impressa, porque os demais foram contratados diretamente para a redação do então chamado *El Mundo del Siglo XXI*. Naquele período, a perspectiva era ampliar o quadro de profissionais para oferecer um produto cada vez melhor ao leitor.

Segundo Juan Gonzalo, um dos redatores do diário *El Mundo*, já destacava em 1997, que o diário digital deveria ser interativo, superando assim as limitações dos jornais impressos. "No *El Mundo* não temos problemas com espaço. Uma notícia importante pode ser ampliada. Nosso objetivo é informar sempre, e bem, os leitores".<sup>16</sup>

Além de oferecer notícias mais completas, as versões eletrônicas podem fazer mais reportagens especiais, indicando ao leitor muitas possibilidades de navegação com qualidade nas informações, mesmo que não sejam produzidas pelos redatores do jornal *El Mundo*. "A versão digital do *El Mundo*, por exemplo, fez um enlace com a Nasa para levar aos seus usuários informações mais precisas da exploração de Marte", recorda Juan Gonzalo.<sup>17</sup>

Em meados de 1997, o diário digital *El Mundo* apresentava resumos das principais notícias editadas de diversas seções da sua versão impressa: Nacional, Internacional, Economia, Esportes e Ciências. As notícias mais importantes do jornal tradicional eram disponibilizadas nas seções do diário na internet. "Às vezes acrescentamos uma nova informação ou cortamos outra que não é relevante para o internauta", contou Juan Gonzalo em depoimento à autora deste trabalho.<sup>18</sup>

Segundo Mario Tascón, diretor do *El Mundo.es*, também em um depoimento registrado em agosto 1997, muitas pessoas entendem que a versão impressa deve estar na internet, "mas isso é um erro absoluto. Acredito que no futuro todos os profissionais perceberão que os diários digitais e os impressos são meios diferentes e,

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



por isso, exigem tratamentos distintos." <sup>19</sup> A verdade é que desde o surgimento do suplemento *Campus* na rede, até a estréia, em outubro de 1997, da revista *Metrópoli*, o diário sempre procurou criar um espaço na internet, onde os usuários possam encontrar outros conteúdos que vão muito além do que se publica no papel." <sup>20</sup> (TÁSCON, 1997).

A primeira emissão do *El País Digital* foi em 4 de maio de 1996, coincidindo com o 20º aniversário do jornal impresso. No entanto, antes de ser disponibilizado ao público, a sua equipe trabalhou em seu projeto durante dez meses. Em meados de 1997, mesmo período em que os outros jornais foram analisados neste trabalho, a redação do *El País Digital* era integrada por dez redatores e três técnicos.

Para Lucía Anguito Mayo, uma das redatoras do *El País Digital*, o ciberjornalista renuncia a escrever no atual (agosto de 1997) processo de trabalho. "Aqui utilizamos praticamente todo o texto da sua versão impressa. Nossa responsabilidade é adequar os conteúdos para o diário digital, explorando os recursos oferecidos pelo hipertexto e outras ferramentas. Elaboramos um breve resumo da notícia, uma chamada para a reportagem etc." <sup>21</sup>

No entanto, a principal queixa dos jornalistas do *El País Digital* era a mesma que a dos profissionais de outros diários eletrônicos de todo o mundo: o horário do trabalho. "Como necessitamos trabalhar com o jornal impresso praticamente concluído, porque utilizamos os textos do diário que estará nas bancas no dia seguinte, iniciamos a nossa jornada às oito horas da noite. O fechamento é, normalmente, às quatro da manhã, porque o jornal digital demora uma hora para ser comprimido e transmitido para a Rede," <sup>22</sup> explicou Lúcia. O diário digital está *on-line* a partir das cinco da manhã. Neste momento, quando os usuários começam a ler as notícias do *El País Digital*, seus produtores estão terminando mais um dia de trabalho.

Este esforço dos jornalistas também pode ser explicado com a globalização. Em meados de 1997, o índice de leitores do *El País Digital* que viviam no exterior era de 65 por cento. Deste total, 35 por cento eram da América (Estados Unidos, Brasil, Argentina, Venezuela e México). Todos os americanos (norte e sul) podem acessar já na *home page* do diário *El País Digital* informações relacionadas com seus países, mesmo que estas notícias não estejam na versão impressa.

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



O jornalista da redação digital tenta trabalhar para um público específico, como ocorre na sua versão impressa. A diferença é que no computador, o profissional busca uma fórmula para ser global e despertar o interesse de leitores de diversas partes do mundo.

A internet ainda implora pelo desenvolvimento de normas, linguagens e modelos comerciais apropriados. Para o editor da revista suíça *L'Hebdo*, Bruno Giussani, os jornalistas devem ter um papel crucial neste contexto. "Eles devem ser capazes de reconhecer que a revolução da informação não é simplesmente uma questão de microprocessadores e de fibra ótica, sim, antes de mais nada, é uma questão de mente conectada a outras mentes. Um intercâmbio humano, político e cultural".<sup>23</sup> (GIUSSANI, 1997).

No mesmo período, agosto de 1997, a maioria dos diários eletrônicos brasileiros na Rede também era apenas a transposição das versões impressas. No novo século XXI, mas precisamente em 2002, há muitas novidades nos sites jornalísticos brasileiros. Inclusive existem portais noticiosos sem versões impressas, porque foram criados exclusivamente para a internet. Como a proposta deste trabalho é resgatar parte da história do jornalismo *on-line*, o trabalho de profissionais brasileiros também deve ser destacado. É fundamental valorizar a criatividade desses profissionais que tentaram (e continuam tentando) utilizar todos os recursos disponíveis na internet para oferecer um *site* atraente e funcional.

A versão digital do *O Estado de São Paulo*, batizada inicialmente como *NetEstado*, era considerada em 1997 um dos *sites* jornalísticos mais interessantes do País. O seu desenvolvimento, no entanto, não pode ser desvinculado da sua experiência no jornalismo *on-line*, dos investimentos em projetos internacionais e da formação de seus profissionais.

O *Grupo Estado* foi pioneiro no jornalismo *on-line* na América Latina por meio da *Agência Estado/Broadcast*. Antes que o primeiro navegador Mosaic chegasse ao Brasil, o diário já apresentava em junho de 1993 o projeto *Estadão Multimídia*. Em agosto do mesmo ano, o Grupo Estado começou a explorar novas ferramentas, como o fax e os boletins eletrônicos em formato *BBS (Bulletin Board System)*. "Além disso, o *FaXPaper*

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



e o *Newspaper*, também tínhamos dois *BBS*. Um era para o cliente da *Agência Estado* e outro dedicado a pessoas físicas, os leitores do jornal. Foi exatamente este último serviço que surgiu o *NetEstado*." <sup>25</sup>, recorda Luciano Martins Costa, ex-diretor e criador da versão digital de *O Estado de São Paulo*.

O jornal digital do *Estadão*, então denominado *NetEstado*, foi estruturado em março de 1995. A arquitetura das primeiras páginas web foi planejada em julho do mesmo ano, mas só foram disponibilizadas na internet em 8 de dezembro. Por isso, o *Jornal do Brasil* é considerado o primeiro diário digital do País "a fazer cobertura completa no espaço virtual" <sup>26</sup>. (MOHERDAUL, 2000). O *Jornal do Brasil* foi disponibilizado integralmente no sistema WWW em 28 de maio de 1995.

Apesar do *JB* receber o título de pioneiro na World Wide Web, as conquistas e os esforços dos jornalistas da versão digital de *O Estado de São Paulo* serão retomados por sua importante contribuição para o desenvolvimento do jornalismo *on-line*. O primeiro site do jornal *O Estado de São Paulo* na WWW foi denominado *Panorama*. Continha uma revista feminina intitulada *Mulher*, com artigos exclusivos. "Acredito que foi uma das primeiras publicações eletrônicas do Brasil a tratar de temas predominantemente femininos", <sup>27</sup> destacou Luciano Costa.

No início, três profissionais trabalharam no projeto do site *NetEstado*: dois jornalistas e uma técnica em informática. Quando o diário entrou na Rede, já havia quatro jornalistas, um coordenador e dois técnicos. Em meados de 1997, a redação digital era formada por sete jornalistas e cinco técnicos. Três redatores produziam as últimas notícias, que podiam ser acessadas por meio de *links* para a *Agência do Estado*. Em 2002, quem assumiu coordenação da versão *on-line* do *Estadão* foi Luiz Octavio Lima, ex-editor especial do *NetEstado*. Na sua equipe, existem dois editores especiais, três redatoras, três analistas de sistemas, um assistente e um auxiliar de produção gráfica, além dos técnicos de informática.

A arquitetura web do site *NetEstado* sofreu diversas alterações desde a implementação na World Wide Web. A do final de 1997, foi coordenada pelo designer Mario Garcia - conhecido pelo trabalho desenvolvido no planejamento gráfico de jornais nos Estados Unidos e Europa de novas interfaces para *sites* jornalísticos.

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



A evolução do diário digital de *O Estado de São Paulo* ainda está relacionada com o convênio mantido com o já citado grupo *News in the Future*, do MIT. Segundo Luciano Costa, todos os *sites* do *Grupo Estado* procuraram, desde a assinatura do convênio, utilizar os informes do *MediaLab* para obter uma orientação sobre as possíveis mudanças, evitando assim muitos investimentos em recursos tecnológicos com pouco futuro.

Um fato curioso pode ser registrado na história do jornalismo *on-line* brasileiro. No final de 1997, o jornalista da versão digital de *O Estado de São Paulo* não era contratado se fosse fumante. Só, então, era verificado se dominava as línguas inglesa e portuguesa. Os técnicos costumavam dizer que a fumaça poderia afetar os equipamentos informáticos e os editores de *O Estado de São Paulo* entendiam que a dependência ao cigarro significava diversas saídas da redação e, conseqüentemente, resultava em uma baixa produção.

Regianne Bochichi, uma das produtoras da versão digital de *O Estado de São Paulo*, entrou para a equipe do *Estado Multimídia* em 1995, depois de ter atuando em rádio e televisão. No seu depoimento em 1997, Regianne disse que encontrou mais estímulo para a criatividade. "O trabalho não está limitado a uma função. É possível acompanhar todo o processo de edição, proporcionando uma ampla visão dos fatos do dia. Além disso, é possível utilizar recursos, como o som e a imagem em movimento, que são impossíveis na versão impressa".<sup>27</sup>

O diário digital *O Globo On-line*, atualmente um dos produtos do portal *Globo.com*, surgiu em 29 de julho de 1996. No entanto, o *Caderno Informática Etc.*, do jornal de papel, já tinha suas páginas *web* desde março de 1995. Ao final do mesmo ano, o *Sistema Globo* formou uma equipe para criar a versão digital de *O Globo*, com sede no Rio de Janeiro. Entre os membros desta equipe, haviam jornalistas, técnicos e especialistas em marketing.

Assim como o *Grupo Estado*, o *Sistema Globo* já trabalhava com informações em tempo real por meio da sua agência de notícias. Mas foi somente no final de 1995 que a direção decidiu investir no meio digital. Neste mesmo período, o superintendente Henrique Caban justificava o atraso de *O Globo* na internet como uma estratégia: "Não

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



queremos colocar na Rede nada que não esteja pronto. Não basta colocar o jornal impresso no computador. Vamos explorar o que a internet pode oferecer, como a atualização *on-line* durante todo o dia.”<sup>28</sup> (SIQUEIRA, 1996).

No final de 1997, oito jornalistas produziam conteúdo em tempo real e seis enriqueciam estas notícias. Em 2002, a redação digital está bem mais ampla. Coordenada pela editora-chefe Joyce Jane, o Globo On Line possui um editor-executivo, um gerente comercial, três editores, dois editores de capa, dois de ambientes especiais, um de interatividade, um editor de criação que comanda um equipe de quatro profissionais e 11 repórteres, além da equipe responsável pela gestão tecnológica.

Todos, em 1998, dominavam as ferramentas para disponibilizar as informações na rede mundial de computadores, porque foram treinados pela empresa. A editora Cristina de Luca, responsável na época pela versão digital de *O Globo*, já destacava que, assim como os jornalistas de televisão e rádio têm uma formação específica, os profissionais da Rede deveriam receber conhecimentos apropriados nas faculdades de Jornalismo. Afinal de contas, a Internet é um meio que exige, além de outros requisitos, o domínio da linguagem não linear: o hipertexto. No início do novo século, algumas universidades brasileiras já oferecem a disciplina de jornalismo *on-line*. Contudo, poucas possuem profissionais preparados para ministrá-la. Não basta ensinar a construir uma página *web*, é fundamental fazer com que os alunos consigam entender o hipertexto para avançar nesta área.

O livro *Jornalismo On-line - O Futuro da Informação*, lançado em 2001, indica por meio de breves depoimentos com *webjornalistas* alguns caminhos para a construção de sites jornalísticos que explorem todo o potencial da internet. Ricardo P. Cesar, editor da *WebWorld* declarou: "Não creio que exista um modelo ideal; diferentes públicos requerem diferentes fórmulas. De um modo geral, espera-se que os textos da internet sejam curtos e diretos (...) No entanto, um *site* com conteúdo informativo de excelente qualidade, como o *Notícia e Opinião* ([www.no.com.br](http://www.no.com.br)). pode se dar ao luxo de lançar mão de textos longos e análises mais aprofundadas de alguns assuntos.".<sup>29</sup> (SIMONE, 2001).

Desde o seu *boom* no Brasil, o jornalismo *on-line* nacional conquistou muitos avanços com tentativas de erros e acertos, passou por uma provação com a queda da *Nasdaq* em meados de 2000 e por inúmeras demissões desse setor que prometia salários estratosféricos ... Neste período, muitas reflexões foram apresentadas e quanto às soluções? As ferramentas utilizadas hoje na arquitetura de uma *web*, no que tange ao desenho e à incorporação de recursos interativos, são mais “amigáveis”, diminuindo o

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



tempo de um trabalho que antes demorava horas, mas a potencialidade do hipertexto ainda não é totalmente explorada. O jornalista Anselmo Góis, mesmo sem ser experto no assunto, acredita que continuamos experimentando na Rede. "Ninguém sabe a receita correta, não temos regras e formatos definidos" <sup>30</sup>. (SIMONE, 2001).

Para Cristiana de Luca, atualmente no portal da Globo.com, "a construção da metainformação ainda é embrionária. (...) É preciso ter por trás da geração da notícia (...) um poderoso sistema de indexação, catalogação e entrega, através de ferramentas de gerenciamento de dados. Algo caro nos dias de hoje, de conteúdo gratuito na internet." <sup>31</sup> (SIMONE, 2001).

## Referências Bibliográficas

1. DE QUADROS, Claudia Irene. *Periodistas y diarios electrónicos: las exigencias profesionales en la Red*. La Laguna, tese doutoral defendida na Espanha, 1999.
2. LEÃO, Lucia. *O Labirinto da Hipermídia – Arquitetura e Navegação no Ciberespaço*, São Paulo, Iluminuras, 1999.
3. OUITING, Steve. *Knight-Ridder's Blurry Tablet Vision*, Stop Presses, 22 de agosto de 1995.
4. FIDLER, Roger. *El diario que viene*, Cuadernos de Información, número 9, Universidade Católica do Chile, 1994, página 25.
5. IANZITO, Christina. *New Media: Is It Journalism?*, Columbia Journalism Review, New York, Columbia University, Novembro/Dezembro de 1996, página 33.
6. \_\_\_\_\_. *New Media: Is It Journalism?*, Columbia Journalism Review, New York, Columbia University, Novembro/Dezembro de 1996, página 34.
7. .... *O futuro do jornalismo está na pesca*, Agência Estado, <http://www.agemado.com.br/virtual/especial/walter.htm>, São Paulo, Grupo Estado, maio de 1997, página 1.
8. NEGROPONTE, Nicholas, *El mundo digital*, Barcelona, Ediciones B. 1995.
9. GARNEAU, George. *Financial prospects of interactive service*, Editor & Publisher, 12 de março de 1994. páginas 30 - 31, citado em Armañazas, Emy, Javier Díaz Noci e Koldo Meso. 1996. *Información y servicios Multimedia en la era del ciberespacio*, Barcelona, Editorial Ariel, página 107.
10. OSDER, Elizabeth A.. *Developing content for topic-oriented Web Sites* Newspaper Techniques, Darmstadt (Alemanha), Janeiro de 1997, página 8.
11. McADAMS, Melinda. *Interpersonal Computing and Technology: An Electronic*

1 Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



- Journal for the 21 st Century*, Inventing an Online Newspaper, 1995 páginas 64-90,  
<http://www.sentex.net/~mmcadams/invent.html>, citado em Tramullas Saz, José. *Periodismo e Internet*, Jornadas sobre Documentación y Medios de Comunicación, Zaragoza, 1996, página 95.
12. IANZITO, Christina.. *New Media: Is It Journalism?*, Columbia Journalism Review, New York, Columbia University, Novembro/Dezembro de 1996, página 33.
  13. FUENTES I PUJOL, María Eulàlia. *La información en Internet*, Barcelona, Editorial CIMS, 1997, páginas 206 y 207.
  14. Entrevista gravada com Avelino Buendía, de *ABC eletrônico*, concedida em agosto de 1997.
  15. ibidem
  16. Entrevista gravada comn Juan Gonzalo, do *El Mundo del Siglo XXI*, concedida em agosto de 1997.
  17. ibidem.
  18. Ibidem.
  19. Entrevista gravada com Mario Tascón, concedida em agosto de 1997.
  20. TASCÓN, Mario.. *El Mundo digital, líder digital*, Su Dinero, El Mundo, Madrid, 2 de novembro de 1997, página 18.
  21. Entrevista gravada com Lucía Anguita, do *El País Digital*, concedida em agosto de 1997.
  22. ibidem
  23. GIUSSANI, Bruno. *Journalists need new ways to tell stories in the new media age*, NewspaperTechniques, Darmstadt (Alemanha), janeiro de 1997, página 40.
  24. Entrevista concedida por correio eletrônico com Luciano Martins Costa, ex-editor da versão digital de *O Estado de São Paulo*, outubro de 1997.
  25. ibidem.
  26. MOHERDAUL, Luciana. *Guia de Estilo Web - Produção e edição de notícias on-line*. São Paulo, Senac, 2000, página 22.
  27. Entrevista concedida por correio eletrônico com Regiane Bochichi, da versão digital digital de *O Estado de São Paulo*, janeiro de 1998.
  28. SIQUEIRA, Luiz Augusto. *Silêncio Estratégico: Abril e Globo não querem chegar na frente do mundo on line; querem ser os melhores*, Revista Comunicação e Política, Rio de Janeiro, CEBELA, Janeiro/Abril de 1996, página 61.
  29. Entrevista concedida por correio eletrônico com n Cristina de Luca, da versão digital de *O Globo*, janeiro de 1998.
  30. SIMONE, José Fernando e MONTEIRO, Mariana. *Jornalismo On-line – O Futuro da Informação*, Rio de Janeiro, WebMeio Edições, página 16.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

31. *ibidem*, página 22.
32. *ibidem*, página 23.