

FACULDADE CÁSPER LÍBERO – COORDENADORIA DE PESQUISA E  
PÓS-GRADUAÇÃO

# Projeto de Pesquisa

**Mestrando:** Pedro Luiz

**Orientador:** Prof. Dr. Dimas A. Kunsch



A **INTERNET**

e

a

**crise**

da

*imprensa paulistana*



# Resumo do Projeto

- Analisar a crise que afeta os jornais de massa impressos com o impacto da Internet, focando-a através dos dois maiores jornais paulistanos



# Objeto de Estudo

- Jornalismo e Internet e os novos paradigmas



# Hipóteses

- A atual crise do jornalismo impresso conduzirá o mesmo a sua extinção frente as potencialidades dos novos meios digitais?



# Problema

- Demonstrar que em um futuro muito breve o jornalismo será veiculado predominantemente de forma digital, relegando a um plano mínimo ou inexistente o jornal impresso



# Campo de Estudo

- O presente estudo limitar-se-á a cidade de São Paulo, estudando os grandes jornais da cidade em suas versões impressas e digitais em dois grandes portais de notícias na Internet.
  - Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, Jornal da Tarde
  - Terra, UOL, Estadão On-line



# Objetivos

- Demonstrar que a Internet e os meios digitais são e serão a maneira mais viável de se fazer jornalismo
- Demonstrar que a Internet é o único cenário possível para o jornalismo do futuro





# Justificativa

- Demonstrar que o jornalismo digital otimiza a profissão de jornalista e as pesquisas jornalísticas
- Demonstrar que o jornalismo digital é mais abrangente, interativo e democrático
- Demonstrar que o jornalismo digital é mais economicamente viável
- Demonstrar que o jornalismo digital é mais ecológico



# Problematização

- A questão dos agentes de notícias digitais (o jornaleiro do futuro)
- A questão da convergência midiática
- A fenômeno dos blogs
- O suporte digital
- O aquecimento global



# Fundamentação Teórica



# Internet

- *“A Internet é uma ferramenta bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da Internet como instrumento de informação”.*

J. B. Pinho (2002, p.49): “Jornalismo na Internet”:



# Convergência Midiática

- *“(...) essa evolução toda, segundo se supõe, levará à dissolução das fronteiras entre as formas de comunicação hoje compartimentadas. Talvez se perca, no futuro, a noção de divisa entre jornais, rádio, televisão atualmente entidades estanques. A eletrônica total da comunicação conduzirá à criação de sistemas multimeios, onde a notícia, a instrução e o entretenimento se integrem no mesmo vídeo e respectivo amplificador de som. Por um mesmo caminho eletrônico nos chegarão todas as informações que agora são trazidas por meio de livros, jornais e revistas, discos e fitas, telefone e rádio, cinema e televisão. E mais, essa avalanche de informações nos será disponível a todo instante pois estarão arquivadas em computadores”.*

Antonio F. Costella (1984, p.217): “Comunicação - Do Grito ao Satélite”, 1ª Edição



# “O futuro da comunicação... já chegou”

- *“(...) tudo aquilo que, em 1984, apresentamos como hipótese futura, já aconteceu. E foi tão rápido!”*

Antonio F. Costella (2001, p.218): “Comunicação - Do Grito ao Satélite”, 4ª Edição



# Mídia do “eu”

- (...) “Estamos entrando numa era de mídias ‘eu-cêntricas’ (I-centric): o que importa é que tragam o conteúdo que eu quero, quando eu quero, no formato que eu quero, mas apenas quando eu o quiser” (...).  
(...) “Abandoning the news”, da Carnegie Corporation, divulgado no primeiro semestre deste ano, Rosental mostrou que 39% dos jovens americanos entre 18 e 34 anos vêem a Internet como a fonte de informações mais importante, seguida de notícias locais de TV (14%), das notícias de TV a cabo (10%), vindo em seguida os jornais (8%)” (...).  
(...) “Enquanto o jornalismo tal como o conhecemos está morrendo, novas formas de jornalismo estão sendo construídas. Nos próximos anos essas versões vão se erigir na Internet, nos celulares, nos aparelhos de MP3, na TV interativa, nas novas plataformas a serem lançadas”, vaticinou Rosental. “O leitor quer editar, não quer apenas ser editado por alguém.” (...).

“Como se preparar para a mídia do “eu” (Rosental Calmon) – in Cláudio Tognolli: ([www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br), 16/08/2005):



# Metodologia

- Pesquisas bibliográficas
- Entrevistas em profundidade
- Análise documental
- Levantamento de dados junto a órgãos públicos, privados e ONGs, tais como:
  - Datafolha, IBGE, SEADE, ONU etc





# Filósofos

- Nichollas Negroponte
- Willian H. Gates
- Pierre Lévy
- Castells
- Max Gehringer e Max London



# Estudiosos e Pesquisadores

- Beth Saad (Depto. Jornalismo da ECA/USP)
- Rosental Calmon (criador do JB On-line)
- Polyana Ferrari (criadora da 1ª agencia de notícias na Internet)
- Nicolau Centola



# Natureza da Pesquisa

- Fundamental e, se possível aplicada
- Mono, Multi e Transdisciplinar
- Estrutural, comparativa, funcionalista e estatística
- Dados objetivos e subjetivos (secundários, censitários e por amostragem), com amostras aleatórias
- Survey
- Observação direta e indireta
- Construção de modelos (e-journalism)
- Descritiva (como será o e-journalism)



# Capítulos da Dissertação

- Introdução
- 1-Conceituando a Internet e a história do jornalismo e suas tiragens
- 2-O Estado da Questão
- 3-A Crise dos impressos
- 4-Delineando o campo de estudo
- 5-Foco do Estudo x Campo de estudo
- 6-Pesquisa de campo
- 7- Viabilidade Econômica
- Considerações Finais



# Pesquisa de Campo

- Confrontar o conteúdo dos jornais impressos e digitais durante 10 dias
- Durante mesmo período, através de um tema escolhido, ver qual foi a cobertura nos dois meios
- Entrevistas em profundidade com especialistas na questão



# Bibliografia

- **PINHO**, J. B. *Jornalismo na Internet*. São Paulo: Summus, 2003.
- **COSTELLA**, Antonio F. *Comunicação – Do Grito ao Satélite*. Campos do Jordão-SP: Mantiqueira, 2001.
- **GATES**, Bill. *A Estrada do Futuro*. São Paulo: Cia das Letras, 1995.
- **GATES**, Bill. *A Empresa na Velocidade do Pensamento*. São Paulo: Cia das Letras. 1999.
- **LÉVY**, Pierre. *O Que é Virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.
- **NEGROPONTE**, Nicholas. *A Vida Digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995
- **GEHRINGER**, Max e London, Max. *Odisséia Digital*. São Paulo: Abril, s. d.

*“Nenhuma teoria única fornece um guia completo para o reino contemporâneo das “tecnologias de comunicação de alta definição, de interação e mutuamente convergentes”, nas quais as relações, sejam elas individuais ou sociais, locais ou globais, estão em fluxo contínuo.”*

Asa Briggs & Peter Burke: Uma História Social da Mídia.  
Jorge Zahar, 2004, RJ. Pág.25.



*Você cria, se envolve,  
se apaixona, então  
você segue em frente...*





FIMM

