



10.4. Jornais Eletrônicos

Cada portal de servidor da Internet tem sua página inicial que, na maioria esmagadora, é passagem obrigatória, estampada em informações jornalísticas, o que é um convite à leitura.

Fora este aspecto, as empresas jornalísticas têm investido em tecnologia, valores bastante elevados. Nos anos 90 ficaram entre 2 e 3% do faturamento bruto das empresas, proporção que se mantém na virada do século.

Esses investimentos em tecnologia se estendem hoje à Internet. Dos 121 jornais filiados ao ANJ, todos trabalham com e-mails próprios e 112 contam com páginas estruturadas na WEB. No total, 192 jornais do País têm home page na Internet.

A veiculação entre os jornais e a Internet passou agora a uma nova etapa. Várias das empresas jornalísticas do País deixaram a condição de hospedagem e criaram portais próprios. Nesse trabalho, frequentemente desenvolveram-se parcerias produtivas, decorrentes da credibilidade que a mídia impressa conquistou e manteve no Brasil. Desta forma, os jornais brasileiros estão firmando um novo papel, de provedores de conteúdo. Vários deles acertando e desenvolvendo parcerias com esse objetivo, obtendo êxito.

A Internet já está sendo utilizada como instrumento auxiliar na busca de interatividade dos jornais com os leitores e como um mecanismo de incremento à velocidade de transmissão de informações. Transforma-se assim uma ameaça eventual em uma oportunidade para a mídia impressa e, em especial, para os jornais.