

Quatro fases do jornalismo

Baseado em análise de *Ciro Marcondes Filho*¹

Fase	Período	Tipo	Valores Jornalísticos dominantes	Aspectos funcionais e tecnológicos	Agentes	Economia
Pré-história	1609 a 1789	Artesanal	Espetacular, singularmente novo (desastres, mortes, seres deformados, reis, etc.).	Jornal ainda semelhante ao livro, poucas páginas.	Empreendedor isolado.	Elementar
Primeiro Jornalismo	1789 a 1830	Político-literário	Razão (verdade, transparência); questionamento da autoridade; crítica da política; confiança no progresso.	Profissionalização; surge a redação; diretor separa-se do editor; artigo de fundo; autonomia da redação.	Políticos; escritores; críticos; cientistas.	Economia deficitária
Segundo Jornalismo	1830 a cerca de 1900	Imprensa de massa	O “furo”; a atualidade; a “neutralidade”; criam-se a reportagem, as enquetes, as entrevistas, as manchetes; investe-se nas capas, logo e chamadas de 1ª página.	Rotativas e composição mecânica por linotipos (1890); telégrafo e telefone; cria-se a agência Havas; mais publicidade e menor peso de editores e redatores; títulos passam a ser feitos pelo editor.	Jornalistas profissionais.	Economia de empresa: jornal tem que dar lucro; aumento das tiragens: 35 mil para 200 mil.
Terceiro Jornalismo	De cerca de 1900 a 1960	Imprensa monopolista	Grandes rubricas políticas ou literárias; páginas-magazines: esporte, cinema, rádio, teatro, turismo, infantil, feminina.	Influência da indústria publicitária e das relações públicas; uso da fotografia.	Jornalistas, publicitários e relações públicas promovem “indústria da consciência”.	Grupos monopolistas dominam a imprensa; época de tiragens-monstro.
Quarto Jornalismo	1960 à atualidade e	Informação eletrônica e interativa	Impactos visuais; velocidade; transparência.	Implantações tecnológicas (barateamento da produção); alteração das funções do jornalista; toda a sociedade produz informação.	Redes/sistemas informatizados; pessoas em interface; jornalistas prestadores de serviço.	Permanece como a fase anterior.

¹ MARCONDES FILHO, *Ciro*. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 2. ed., 1989.