

Transposição de linguagens online para o jornal impresso: aspectos de convergência em tempos de redações integradas¹

Taís SEIBT²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

Este artigo discute a transposição de elementos visuais característicos de plataformas online para as páginas do jornal impresso sob a perspectiva da geração de uma narrativa jornalística convergente. Esse movimento se dá em tempos de mudanças nas rotinas de produção a partir da integração das equipes on e offline no jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre (RS), iniciada em março de 2012. Com base na análise proposta, é possível sinalizar transformações nos modos de ser e fazer do jornal impresso, tendo como eixo central a contaminação da produção jornalística pelos processos de circulação e de reconhecimento de informações, estudos da construção da notícia diante das apropriações sociais das tecnologias da comunicação, narrativa jornalística e jornalismo convergente.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo impresso; jornalismo online; redação integrada; convergência jornalística.

1. Introdução

Fazer um jornal diário é uma arte em reinvenção. Com esta afirmação, remonto a um livro publicado pelo jornalista Ricardo Noblat em 2002, intitulado *A Arte de Fazer um Jornal Diário*. No livro, com o qual tive contato no primeiro semestre da faculdade de Jornalismo, em 2004, o autor traça um panorama da crise de circulação pelas quais os jornais impressos passavam na época e dedica-se a descrever a reforma editorial implantada no jornal *Correio Braziliense*, de 1996 a 2000. Noblat não foi o único profissional ou acadêmico da área a chamar atenção para este cenário de crise, assim como o *Correio Braziliense* não foi o único a mudar sua forma de apresentação ao leitor. Praticamente todos os jornais impressos do país investiram em reformas – principalmente no projeto gráfico – ao longo da última década. Todas elas priorizando cores, formas e imagens. Elementos, portanto, pertencentes à matriz da linguagem visual (SANTAELLA, 2003).

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no PPGCOM Unisinos – área de concentração Processos Midiáticos, linha de pesquisa Linguagem e Práticas Jornalísticas, sob orientação do prof. Dr. Ronaldo Henn. Bolsista Prosup/Capes.

O fator de instabilidade que desencadeia essas mutações é a emergência do online sobre as Redações e sobre os leitores. O online provoca mudanças nos padrões de leitura e os jornais impressos se vêem obrigados a mudar sua forma de apresentação para atrair novos públicos. Em movimentos mais recentes, a reforma dos grandes jornais impressos tem alcançado o layout da Redação propriamente dita. Há uma tendência de que as principais publicações deixem de operar de forma paralela o impresso e o online, com equipes funcionando de maneira quase independente. Em 2006, o *The New York Times* inaugurou esse movimento de integração multimídia espalhando pela Redação entusiastas das mídias digitais (SILVA; SANDONATO, 2012, online). *O Globo* se apresentou como o primeiro grande jornal do Brasil a repetir esse movimento em 2009. “A redação do on-line está descendo para fazer parte da redação de papel. Aliás, a gente não fala mais redação on-line. Falamos que é a redação do Globo. Trata-se de um corpo só. O papel e o on-line vão sentar juntos”, disse o editor-executivo de *O Globo*, Orivaldo Perin, que coordenou todo o processo (AMADO; CASTRO; OLIVEIRA, 2009, online).

No jornal *Zero Hora*³, de Porto Alegre, jornal de referência no Rio Grande do Sul, essa nova lógica de produção chegou em março de 2012, com impactos nas rotinas de produção e, em alguma medida, também nas suas formas narrativas. A reconfiguração dos processos produtivos e seu papel na geração de conteúdos convergentes em *Zero Hora* impresso e online é o mote da dissertação de mestrado⁴ ora em desenvolvimento. No escopo da pesquisa proposta, que se encontra em estágio inicial, este artigo tem por intuito apresentar os primeiros tensionamentos em torno do objeto empírico a ser estudado, com vistas à identificação de aspectos de convergência nas páginas do jornal impresso, tendo como eixo central a contaminação da produção jornalística pela circulação e reconhecimento de informações, com base em estudos da construção da notícia diante das apropriações sociais das tecnologias da comunicação, narrativa jornalística e jornalismo convergente.

Nas seções a seguir, serão discutidos conceitos de convergência jornalística, processos de construção da notícia, narrativa e linguagens. Tais conceitos servirão como suporte para a análise de uma reportagem publicada pelo jornal *Zero Hora*.

³ Fundado em 1964, *Zero Hora* é um dos jornais diários brasileiros de maior circulação, ocupando a sexta colocação no ranking do Instituto Verificador de Circulação (IVC), com 183 mil exemplares. Pertencente ao *Grupo RBS*, é o jornal de maior circulação em território gaúcho. Seu correspondente online, o site *zerohora.com*, foi criado em 2007. Segundo dados divulgados pelo veículo em maio de 2012, o site acumula 16 milhões de acessos mensais.

⁴ Título provisório: *Redação integrada – a experiência do jornal Zero Hora em busca de uma narrativa jornalística convergente*.

2. Para pensar a convergência jornalística

Como já foi dito, a emergência das ferramentas online, especialmente por seu alcance junto aos leitores, desde o fim da década de 1990 e início dos anos 2000 tem colocado os jornais diante de um cenário de crise que obriga a rever os modos de ser e fazer jornalismo impresso. De 2006 para cá, um movimento se configura como tendência nas Redações dos grandes jornais, a integração das equipes on e offline. Tal movimento está em conformidade com a concepção de convergência jornalística apresentada por Salaverria (2003, online). O autor entende que a convergência jornalística se configura em quatro dimensões: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa.

Na dimensão empresarial incide a prevalência cada vez maior das ferramentas online como elementos-chave para a produção jornalística, conduzindo grupos de comunicação a reverem suas rotinas produtivas. A popularização de sites de rede social, por exemplo, levou grandes empresas do ramo a criar setores de mídias sociais para desenvolver estratégias de uso dessas ferramentas para pulverizar as informações produzidas pelo veículo, comunicar-se com os leitores, receber sugestões de pauta e até mesmo fazer coberturas jornalísticas inteiras, em tempo real e com colaboração de conteúdo (SEIBT, 2011).

Essa dimensão está intimamente ligada à convergência tecnológica, que tem relação com a revolução instrumental que se presencia nos últimos anos nos processos de composição, produção e difusão de informações. Todo esse movimento responde a uma demanda gerada pelos novos hábitos de leitura inaugurados justamente com o surgimento – e constante inovação – de aparatos tecnológicos com adesão mais e mais frequente por parte dos usuários. Repórter e leitor têm ao alcance praticamente o mesmo tipo de recurso para geração, transmissão e consumo de conteúdo, desafiando o jornalismo tradicional a criar estratégias para se diferenciar nesse espaço, que muda os tempos, os locais e os suportes de produção jornalística. O *deadline* é cada vez mais curto ou, pelo menos, mais complexo e multidisciplinar.

Brota daí o entendimento da terceira dimensão da convergência jornalística, que diz respeito ao profissional: “(...) ahora es preciso trabajar más deprisa (para ofrecer avances informativos desde la edición en Internet), conocer nuevas técnicas de investigación para el uso de las fuentes digitales, y dominar los códigos tanto textuales como audiovisuales para la elaboración de contenidos multimedia” (SALAVERRIA, 2003, online). A necessidade de

dar conta desse tipo de operação faz com que repórteres e editores sejam aptos ao uso de ferramentas que permitem tal transmissão, deslocando a responsabilidade de um setor específico da Redação – como o de mídias sociais – para toda a equipe editorial. Os profissionais do jornalismo em tempos de convergência precisam dominar o funcionamento de determinados *softwares* e ter certa habilidade no manejo de equipamentos que antes não faziam parte do contexto da Redação.

Nesse aspecto, Salaverria (2003) chama atenção para a diferenciação dos termos “multitarefa” e “multiplataforma” para definir esse novo profissional de jornalismo que se desenha: o primeiro, diz o autor, “(...) esconde más un afán de ahorro de costes por parte de las empresas que de mejora de la calidad informativa”. Já os jornalistas multiplataforma seriam um modelo de certo prestígio nas redações por elaborar e difundir seus conteúdos através de múltiplos canais, ajustando seus produtos às características de cada um.

Para fazer um adendo às considerações de Salaverria acerca do perfil profissional no cenário de convergência, as primeiras observações de rotina em *Zero Hora* sinalizam para o envolvimento de equipes de diferentes áreas da Redação em coberturas multimídia: reportagem, fotografia, arte, programação web, edição. Esse modelo de cobertura, estruturado para dar conta de possibilidades de linguagem diversas à do jornal impresso tradicional, exige grande sinergia da equipe para que o resultado seja, de fato, uma narrativa convergente. Nesse sentido, pode-se considerar que o profissional “multimídia” desejado pelo mercado pode não ser estritamente um repórter multifuncional, que assume sozinho o papel de outros. O que se percebe, ao menos em coberturas mais elaboradas, é justamente o oposto: mais profissionais envolvidos em um mesmo projeto que antes poderia ser realizado por apenas um repórter, com menos recursos técnicos, e para uma mídia só.

Embora um mesmo profissional atue efetivamente na produção de conteúdos diversificados, na prática, o “ser multimídia” estaria mais ligado à tarefa de planejar conteúdos para as diversas mídias disponíveis. Conteúdos estes que serão produzidos em colaboração com a equipe de “cozinha”, como se convencionou chamar dentro da Redação os colegas que dão apoio à equipe externa, publicando conteúdos em sites, atendendo telefonemas ou atuando na produção de infografias, galerias de fotos e edição de vídeos. Outra habilidade desejável seria a de articular repercussões de conteúdos no ambiente digital ou ainda identificar maneiras de aproveitar os conteúdos traduzidos em diferentes plataformas de forma a gerar um produto jornalístico convergente.

A questão do multimídia está contemplada, em alguma medida, na última dimensão da convergência jornalística concebida por Salaverría: a comunicativa. Antes do online, não havia uma plataforma que permitisse difundir informações que combinassem códigos textuais e audiovisuais, com os quais o usuário pudesse interagir. A produção desse tipo de conteúdo, no entanto, é complexa e consome abundantes recursos técnicos e humanos (SALAVERRIA, 2003, online), conforme o quadro descrito nos parágrafos anteriores permite verificar. O que não se pode negar é que essas novas possibilidades reclamam novas formas de apresentar as informações. “Las potencialidades hipertextuales e interactivas de las redes digitales exigen a los medios un esfuerzo por desarrollar formatos informativos que aprovechen esas utilidades” (SALAVERRIA, 2003, online).

A síntese ideal do aproveitamento dessas possibilidades do multimídia seria o modelo de narrativa transmídia postulado por Jenkins (2008), que ainda desafia os profissionais da área. Longhi (2009) indica que há antes uma justaposição de formatos do que uma integração de linguagens. “Na cobertura diária dos jornais, o que se verifica é o conteúdo justaposto, ficando a integração restrita ao (sic) poucos formatos dentro da gama de produtos considerados ‘conteúdos multimídia’, e, mais ainda, nos chamados ‘especiais multimídia’” (LONGHI, 2009, p. 8). No entanto, parece que há outros sinais de convergência no jornalismo, que serão problematizados a seguir.

3. Contaminação dos processos de produção

Seria possível mencionar mais um nível de convergência jornalística, além dos quatro descritos anteriormente, à luz de Salaverría. Este outro nível atravessaria todos os demais. Refere-se à construção da notícia propriamente dita, que ora está mais ligada aos aspectos empresarial e profissional, ora tecnológico e comunicacional. Parece haver uma convergência cada vez mais intensa entre a produção, a circulação e o consumo ou reconhecimento do discurso jornalístico. Dito de outro modo, os modos de narrar do jornalismo estão sendo contaminados pela maneira como esses conteúdos circulam e são reconhecidos pelos consumidores de informação.

A contaminação das rotinas produtivas por essas esferas gera um fenômeno ambíguo, que é, ao mesmo tempo, produto e processo. É produto porque o jornal se apropria de ferramentas que estão ao alcance dos usuários, posicionando-se no mesmo patamar dialógico, especialmente em se tratando de mídias sociais como *Twitter* e

Facebook. É processo porque a repercussão do discurso jornalístico nesses ambientes tem impacto na própria narrativa jornalística, tanto em plataformas digitais como no papel.

Salles (2011, p. 7) aponta que essa discussão expõe novas relações do jornalista com o tempo: não há mais *deadline*, o noticiário pode ser alimentado a cada minuto, o texto não é um fim, mas uma continuidade exposta aos leitores, sempre em construção colaborativa. Pode-se considerar, portanto, que esse “produto sempre em processo” é uma manifestação das apropriações sociais das novas tecnologias da comunicação, as quais geram mudanças no chamado ecossistema da mídia. “Trata-se de um ecossistema em permanente estado de mudança, embora possua marcos incontestáveis, como o são o surgimento de novos meios que reformulam o ecossistema” (ALSINA, 2005, p. 55). O autor cita duas consequências das novas tecnologias na comunicação, apontadas por Moragas (1985, p. 18 apud ALSINA, 2005, p. 56):

- a) O aumento das possibilidades de interação, não só dos indivíduos entre si, mas dos indivíduos com os computadores.
- b) A transformação dos espaços de recepção, não só na direção da transnacionalização, mas, ao mesmo tempo, na direção da mediação tecnológica dos processos individuais comuns em âmbito local.

A partir dessa citação, o autor conclui que já estamos diante do desenvolvimento e da inovação estrutural dos sistemas de comunicação, com base em três principais constatações: a) internacionalização ou transnacionalização do mercado da mídia; b) integração das diversas tecnologias da comunicação; c) multiplicação dos canais. Destas, para fins desta análise, interessa mais a segunda. De acordo com Alsina (2005, p. 57), a informação na internet pode chegar a mudar o conceito da imprensa ou ainda da mídia de maneira geral.

Ao entrevistar a então editora de Mídias Sociais do Grupo RBS, Bárbara Nickel, durante meu trabalho de conclusão de curso⁵, restaram pulsantes alguns questionamentos acerca dos novos produtos jornalísticos que passam a se desenvolver no atual contexto:

O que é o produto jornalístico, uma matéria? Faz sentido, no jornalismo online, a gente ter uma matéria? (...) uma matéria começa onde e termina onde? Daqui a pouco um tuíte é uma matéria! (...) Agora o que vai para o ar? Toda a conversa. É a conversa que a gente tem com o leitor, a conversa dele com os amigos, isso se tornou um produto jornalístico. (NICKEL, 2011)

⁵ O trabalho de conclusão de curso intitulado *Notícias em 140 caracteres: considerações sobre o uso jornalístico do Twitter*, orientado pelo prof. MS Pedro Luiz da Silveira Osório, foi apresentado como requisito para graduação em Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo, na Unisinos, em junho de 2011.

Espada (2009, p. 14) já dizia que o jornalismo digital é uma conversação, onde importa, sobretudo, o ato dialógico em si e não tanto a carga de sentido que a conversa acumula. Se a conversa não é o próprio produto jornalístico, certamente ela transforma o produto jornalístico no contexto multimidiático⁶. Há indícios de que esse produto não se encerra em si mesmo, mas constrói significado justamente no diálogo com outras plataformas. Seria o que Pavlik (2001, p. 23 apud FRANCISCATO, 2004, p. 21) chamaria de *jornalismo contextualizado*: “Entre suas características específicas estão a ampliação das modalidades de comunicação (áudio, vídeo, gráficos e animação), hipertextos, interatividade e um alto envolvimento que o computador produz no indivíduo, que necessita estar constantemente interagindo com a máquina”.

Nesse processo dialógico do discurso jornalístico, ao mesmo tempo em que faz circular o conteúdo, o leitor tem cada vez mais interferência no processo de produção do jornal. Quem consome informação jornalística está consciente dos meios que tem à sua disposição para interferir na produção midiática. E o jornal, por sua vez, valoriza o estreitamento da relação com seu público, tanto que o interpela a participar e se permite afetar em seu modo de fazer e até de se apresentar ao leitor a partir dessas relações. Como aponta Resende (2011, p. 130), diante da emergência das novas mídias, o caminho das tradicionais “(...) se bifurca entre continuar se esforçando para sustentar sua legitimação a partir das retóricas que lhe eram suficientes quando o impresso se apresentava como materialidade absoluta ou ressignificar e ampliar seus modos de ser, investindo, por exemplo, na compreensão das diferenças que os narrares suscitam”.

Sendo assim, as modificações nas ferramentas, estruturas e formas de apresentação das notícias tendem a “(...) redefinir alguns modos de exercício profissional e penetração social, embora nos pareça que haja a preservação do papel social que o jornalismo vem desempenhando historicamente” (FRANCISCATO, 2004, p. 22). Dentre essas mudanças no exercício do jornalismo com o advento da Internet, Pavlik destaca três: a) possibilidade de uma conexão mais ampla com eventos e contextos; b) exigência de uma maior capacidade de interpretação para a construção do texto jornalístico, devido ao grande volume de informações; c) papel de reconexão social do discurso jornalístico, tanto em nível transnacional como local.

⁶ Já na década de 1960, a chamada Escola de Munique nas teorias de comunicação alemã entendia o jornalismo como a conversação contemporânea da sociedade e defendiam que o termo “periodismo” (zeitung) não só designa um meio técnico, mas um fenômeno primogênito da comunicação social (PROSS e BETH, 1987). As redes sociais contemporâneas parecem levar esse postulado a consequências bem mais intensas (HENN, HÖEHR, 2012).

No que se refere à capacidade interpretativa do jornalismo, Bruns (2003) apresenta uma contribuição interessante. A acessibilidade de conteúdos amplamente disponíveis na Internet desestabiliza as rotinas produtivas na Redação de veículos da grande imprensa e os consagrados estudos de *newsmaking* passam a ser questionados, uma vez que o jornalista não é mais o detentor privilegiado das “chaves dos portões”⁷ da informação de domínio público. Consumidores de notícias são atualmente muito menos dependentes das organizações noticiosas, e podem até ignorá-las completamente. No ciberespaço, o internauta, frequentemente, age como seu próprio *gatekeeper*, não necessariamente seguindo os mesmos critérios dos meios noticiosos.

A relevância do estudo de Bruns está na identificação de que as operações de noticiabilidade no ambiente *online* não têm como principais atribuições a obrigação de informar objetiva e imparcialmente, conforme prezam as diretrizes jornalísticas. Para Bruns (2003, p. 5), o jornalista adquire uma posição similar a de um bibliotecário: apenas controla o que será ou não incluído em sua biblioteca. Sua função seria canalizar, dentre as informações disponíveis, aquelas úteis, interessantes e relevantes, servindo como guia para seus leitores. O termo que sintetiza esse trabalho é *gatewatching* e o papel fundamental do *gatewatcher* é divulgar notícias apontando para as fontes, ao invés de publicá-las a partir da compilação de um relatório completo obtido mediante apuração.

Considerada a concepção de jornalismo contextualizado oferecida por Pavlik, conforme mencionado anteriormente, o *gatewatching* surge como uma das habilidades essenciais ao repórter para ampliar o conhecimento acerca de um acontecimento que esteja cobrindo. Para Bruns, essa prática de captação de notícias é tão adaptada às características do online como o processo do *gatekeeping* tem sido para a mídia tradicional. Quanto mais a audiência se transfere para a Internet, mais provável é que as mídias venham a sofrer essa mudança de paradigma do *gatekeeping* ao *gatewatching* (BRUNS, 2003, p. 16).

4. Aspectos de convergência em Zero Hora

Se os processos de produção e circulação de conteúdo estão contaminados entre si, não há como o profissional trabalhar focado em uma mídia só. Essa parece ser a premissa que guia o movimento de redações integradas. Em entrevista concedida para a pesquisa de

⁷ A premissa dos estudos de *gatekeeping* é de que há uma série de fatores que determinam a escolha do jornalista por noticiar ou não determinado fato, os quais são chamados de “portões” (do inglês, *gates*) dispostos numa sequência mais ou menos precisa (TRAQUINA, 2001).

mestrado da qual esta análise é parte, o editor de *Zero Hora* Pedro Dias Lopes, encarregado do projeto de integração das equipes on e offline da Redação, reforça as considerações apresentadas nas seções anteriores.

O editor conta que, desde o surgimento dos primeiros portais de notícias brasileiros na Internet, em 1996, até o início dos anos 2000, havia uma grande discussão acerca do modo como as marcas consolidadas deveriam se posicionar no online, se com marcas novas ou com as tradicionais. Embora algumas empresas de comunicação tenham optado pelas antigas, muitas lançaram novas marcas específicas para a Internet, sem equivalente no papel. O próprio Grupo RBS de comunicação, à época, manteve a marca *Zero Hora* no papel e criou o portal *clicRBS* no online.

Entre 2004 e 2006, devido ao agravamento da crise de circulação dos jornais americanos e europeus, houve uma cobrança da Associação Mundial dos Jornais de que as mídias impressas deveriam estar muito fortes também na web. Isso fez com que muitas empresas que tinham criado uma marca nova revisassem esse conceito. Foi nesse contexto que *Zero Hora* resolveu levar o núcleo de notícias do portal *clicRBS* para o mesmo ambiente da Redação do jornal, segundo o editor.

Até 2007, a presença online de *Zero Hora* era apenas a versão impressa disponibilizada no site, e a lista de notícias no modelo *breaking news* era alimentada pelo *clicRBS*. Em 2007, *zerohora.com* ganhou um site completo, com lista própria e equipe de produção de conteúdo independente da impressa. Apesar de ser produzido no mesmo ambiente do jornal, o site tinha um funcionamento à parte da Redação.

Seguindo a descrição do editor, de 2007 para cá, a emergência do digital tem complexificado cada vez mais a convivência entre esses dois mundos que dividem o mesmo ambiente na Redação de *Zero Hora*, seja pela disparidade entre os tamanhos das equipes – a equipe inteira que produzia o site tinha praticamente o tamanho de uma só editoria do jornal impresso –, seja pelas implicações geradas pela ascensão de mídias sociais e dispositivos móveis na produção, circulação e consumo de conteúdo jornalístico nos últimos anos. Daí a necessidade de se formatar uma Redação integrada, capaz de gerar conteúdo para todas as plataformas e em sintonia com um único projeto editorial – pode-se dizer, uma só marca.

Em se tratando de projeto editorial multimídia o exemplo de reportagem que passa a ser discutida nesta seção manifesta a convergência tanto na forma de elementos visuais transportados de uma para outra mídia, quanto em conteúdos contaminados por diferentes linguagens espalhadas em diversas plataformas em torno de uma mesma história, sem

contar a geração de sentido de presença multimídia por trás das apropriações demonstradas a seguir, com base na edição impressa de *Zero Hora* de 15 de março de 2012.

O movimento começa com uma cobertura em tempo real e com colaboração de conteúdo, por meio de mídias sociais, de uma chuvarada que parou Porto Alegre durante a manhã de quarta-feira, 14 de março. As contribuições dos leitores geraram uma reportagem escrita inteiramente à base de tuítes, publicada no espaço mais nobre do jornal: as páginas 4 e 5, dedicadas sempre a reportagens especiais. Já na capa da edição, aliás, o jornal apresenta tuítes ao redor da manchete: “66mm – Em apenas cinco horas, das 8h às 13h, o volume de chuva na Capital somou 63% do esperado para o mês. A rotina dos moradores, descrita nas redes sociais, ficou de pernas para o ar”.



Figura 1: capa de *Zero Hora*, 15 de março de 2012.

Pode-se identificar, nessa apropriação, aspectos de convergência não só pelo uso do texto dos leitores que colaboraram com a cobertura em tempo real, mas também pela aplicação de ícones, cores, fontes e linhas inspiradas nos ambientes online. Uma mistura de

narrativas que traz à tona a crença de Alves (2001, p. 6), de que os jornais que sobreviverão serão aqueles que souberem misturar suas narrativas tradicionais com outras.

A reportagem colaborativa que reúne colaborações de leitores descrevendo de maneira cronológica a rotina alterada pela chuvarada se apropria de ícones de redes sociais como *YouTube*, *Twitter*, *Facebook* e *Cover it Live*. Não deixou de ser registrado nem mesmo o *Tumblr* criado pelos internautas e para os internautas postarem montagens de fotos bem-humoradas da cidade alagada. Essa apropriação revela também a dimensão local dos impactos da tecnologia na comunicação descrita por Alsina (2008). Cada usuário utilizou à sua maneira o recurso da rede mundial para dialogar com outros usuários que partilhavam da mesma realidade local. Da mesma forma, ao se apropriar desses discursos, o jornal cumpriu seu papel de conexão local, indicado por Pavlik (2001).



Figura 2: páginas 4 e 5 de *Zero Hora*, 15 de março de 2012.

A cartola da página diagramada para o jornal impresso é idêntica ao *layout* do chamado de “caminho de pão” do site, que é o rastro percorrido pelo internauta da página inicial do site até a seção em que ele está, mostrada por meio de setas e com destaque para o último paradeiro. A galeria de fotos posicionada na barra superior do jornal, que segue pelas seis páginas de reportagem especial sobre o tema, também imita o modo de

visualização da galeria de fotos do site: fundo preto, borda branca. O triângulo posicionado com a base na lateral do topo da página faz lembrar o modo de navegação por galerias de fotos em aplicativos para tablets.



Figura 3: imagem do site *zerohora.com*

Tal construção icônica pode ser tomada a partir de Santaella (2003). A autora postula que há apenas três matrizes de linguagem, a partir das quais se originam todos os tipos de linguagens e processos sígnicos, apesar da variedade de suportes, meios ou canais (foto, cinema, televisão, vídeo, jornal, rádio, etc) em que as linguagens se materializam e são veiculadas. Mas a autora salienta que “(...) na medida exata em que cada novo veículo ou meio é inventado, as linguagens também crescem através do casamento entre meios” (SANTAELLA, 2003, p.28). Em se tratando de matrizes de linguagem visual, o exemplo citado por Santaella é justamente o do jornal – uma união acertada entre o telégrafo, a foto e a modificação qualitativa da linguagem escrita no espaço gráfico por meio do uso dos tipos.

A introdução do online na Redação aponta para o casamento também de elementos da linguagem visual característica das plataformas online impressas no papel. “Aliada ao seu caráter perceptivo, que corresponde tipicamente ao universo da secundidade, a

linguagem visual, quase sempre figurativa, tem uma vocação referencial, o que a categoriza como signo indicial” (2001, 19). Isto é, na lógica do pensamento peirciano, o uso de imagens que identificam as redes sociais na capa do jornal, remete a esses ambientes online, o que permite, além de acionar reações como a de querer deslizar o dedo pela página para ver a galeria de fotos, gerar sentido de que o jornal, assim como o leitor, está presente nessas plataformas.

Afora o referencial sígnico acionado pelo uso desses elementos na diagramação da página, a reportagem construída à base da colaboração dos leitores exigiu uma operação de edição ao estilo *gatewatcher* (BRUNS, 2003). Diante da avalanche de contribuições recebidas online, o editor da página selecionou aquelas que, conforme os critérios jornalísticos, melhor sintetizavam o que ocorreu naquela manhã chuvosa – sem que tivesse estado em quaisquer dos locais de onde os leitores descreviam o acontecimento. É interessante notar, ainda, o espaço ocupado por esse diálogo online na edição impressa. São as duas páginas mais nobres de reportagem, como que legitimando o potencial de produção jornalística do leitor não só como informante de repórteres, mas também como produtor de conteúdo para os demais leitores. Assim, o jornalismo deixa de ser um monólogo e passa a ser uma conversação (ALVES, 2006).

6. Considerações finais

A reportagem analisada, componente de um primeiro recorte de análise para uma pesquisa mais aprofundada sobre as transformações do jornalismo impresso pela introdução do online neste modelo de Redação integrada em *Zero Hora*, demonstra uma abertura do veículo às novas linguagens e aos novos modos de narrar do jornalismo no contexto multimídia, ainda que os níveis de convergência desejáveis não estejam superados.

Trata-se de uma mutação necessária à sobrevivência do negócio. Rosental (2006, p. 6) chega a mencionar um possível “midiacídio” diante das proporções que este novo patamar tecnológico adquire diante das mídias tradicionais, o que incluiria a “morte” de jornalistas que não consigam se adaptar à nova realidade e de empresas de comunicação insensíveis à necessidade de mudar seus modelos de negócio e suas linguagens (ALVES, 2001 apud ALVES, 2006). Estaria em jogo, portanto, a preservação do papel social do jornalismo como meio de informação para a sociedade. “Que viva, pois, o jornalismo! Porque pouco importa a forma que os jornais venham a tomar no futuro, pouco importa se

alguns deles acabarão preservados como relíquias – o homem sempre precisará de informações” (NOBLAT, 2002, p. 19).

Nessa esteira, acompanhar essas mutações durante o processo de integração poderá sinalizar movimentos em termos de linguagens transpostas para cada ambiente, habilidades profissionais necessárias para atuar nesse contexto de contaminação entre produto e processo de produção, e os novos modos de narrar gestados no cenário de convergência jornalística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2008.

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo digital: dez anos de web... e a revolução continua**. Comunicação e Sociedade, vol. 9-10, 2006. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/viewFile/4751/4465>, acesso em: 9 maio 2012.

AMADO, Guilherme; CASTRO, Juliana; OLIVEIRA, Rafael. **Redação integrada: desafios e perspectivas (parte 1)**. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/blogs/amanhanoglobo/posts/2009/11/03/redacao-integrada-desafios-perspectivas-parte-1-237247.asp>>. Publicado em: 31 nov 2009. Acesso em: 16 jun 2012.

BRUNS, Axel. **Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news**. Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources, 2003. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.155.4738&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 20 out 2010.

ESPADA, Arcadi. **El fin de los periódicos: crisis y retos del periodismo actual**. Barcelona: Duomo ediciones, 2009.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **As novas configurações de jornalismo no suporte on-line**. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. VI, n 3, Sep-Dec 2004. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/Vol.VI.n.3,2004/Franciscato.pdf>>. Acesso em: 21 out 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LONGHI, Raquel. **Narrativas webjornalísticas em multimídia: breve estudo da cobertura do NYTimes.com na morte de Michael Jackson**. Texto apresentado no SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade de São Paulo (USP), novembro de 2009. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/raquel_ritter_longhi.pdf>. Acesso em: 21 jun 2012.

LOPES, Pedro Dias. Entrevista. Entrevista concedida a Taís Seibt, realizada em 9 jun 2012.

NICKEL, Bárbara. Entrevista. Entrevista concedida a Taís Seibt realizada em 14 mar 2011.

PROSS, Harry; BETH, Hanno. **Introducción a la Ciencia de la Comunicación**. Barcelona: Anthropos, 1987.

RESENDE, Fernando. **Às desordens e aos sentidos: a narrativa como problema de pesquisa**. In: SILVA, Gislene et al. **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2011.

SALAVERRIA, Ramón. **Convergencia de medios**. Revista Latinoamericana de Comunicación. Março 2003. Disponível em: <<http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64/>>. Acesso em: 9 maio 2012.

SALLES, Cecília Almeida. **Jornalismo em processo**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo, do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/>>. Acesso em: 21 jun 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes de linguagens e do pensamento**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SEIBT, Taís. **Considerações sobre o uso do Twitter nas Redações: do jornalismo como forma social de conhecimento à apropriação jornalística de mídias sociais**. Texto apresentado no V Simpósio Nacional da ABCiber – 2011, eixo temático 2: Jornalismo, Mídia Livre e Arquiteturas da Informação. Disponível em: <<http://simposio2011.abciber.org/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%202/E2/125-185-1-RV%20veeeer.pdf>>. Acesso em: 21 mar 2012.

SILVA, Carlos Eduardo; SANDONATO, Nathalia. **Convergência das mídias**. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/nathisandonato/convergencia-das-mdias-12284415>>. Publicado em: 4 abr 2012. Acesso em: 16 jun 2012.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.