



## **“Bem Vindo à Cultura da Convergência”: Um Olhar Crítico Sobre o Webjornalismo à Luz dos Aspectos Tecnicistas, Tecnológicos e Culturais.<sup>1</sup>**

Ana Carolina Amaral de Oliveira Coelho

Camila Mara de Amorim Pinto

Francisco de Barros Vilela

Gustavo Andrade Duarte<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

### **Resumo**

A frase que compõe o título do presente estudo é de autoria do pesquisador Henry Jenkins, cujas perspectivas, aliadas às de outros estudiosos, orientam e suscitam questões ao longo da linha adotada para o desenvolvimento desta pesquisa. Abordam-se os principais conceitos sobre convergência de mídias, com destaque para o aspecto cultural e para a aplicação deste processo no webjornalismo. Estão envolvidos, ainda, procedimentos de produção e mediação, além de práticas e rotinas profissionais ligadas ao campo de difusão de notícias pela Internet. A partir desse referencial, diante do qual é possível definir os aspectos de análise – tecnicistas, tecnológicos e culturais – procura-se enfatizar a produção jornalística do Portal UAI.

### **Palavras-chave**

Convergência, Portal UAI, Webjornalismo

### **Introdução**

Atualmente a Internet permite modificações no Jornalismo. As diferentes fases pelas quais o webjornalismo passou, envolvendo, mesmo hoje, diversas formas de experimentação, admitem a ocorrência de mudanças no processo de produção jornalística.

Segundo Mielniczuk (2001), em um primeiro momento, em meados dos anos 80 e início da década de 90, o ainda desconhecido jornalismo online surge como alternativa para veiculação do conteúdo feito pela mídia impressa através da reprodução de partes dos grandes jornais em páginas da Internet. Após essa etapa, o período seguinte traz uma significativa melhora na estrutura técnica e tecnológica do meio virtual. Apesar de ainda restarem algumas amarras ao teor disponibilizado pelos jornais impressos, a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010. Este artigo é derivado do projeto experimental, de caráter monográfico e de conclusão do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, orientado pela Prof.<sup>a</sup> Daniela Serra, em Dezembro de 2009, com a autoria de Ana Carolina Amaral de Oliveira Coelho, Camila Mara de Amorim Pinto, Filipe Calijorne Diniz, Francisco de Barros Vilela, Gustavo Andrade Duarte e Maria Tereza de Andrade Cunha.

<sup>2</sup> Graduados no curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais em Dezembro de 2009. [anacarolina\\_aoc@yahoo.com.br](mailto:anacarolina_aoc@yahoo.com.br); [camilamap\\_mara@hotmail.com](mailto:camilamap_mara@hotmail.com); [chico-bh@hotmail.com](mailto:chico-bh@hotmail.com); [gustavo@gustavoandradephoto.com.br](mailto:gustavo@gustavoandradephoto.com.br).



inovação pode ser percebida pelo aparecimento de novas ferramentas, como os links, os emails, que se tornaram uma maneira de jornalistas e leitores se comunicarem, e o hipertexto, o qual passou a ser mais explorado.

O século XXI inaugura outra temporada de transformações no webjornalismo, evidenciada pela exclusividade de conteúdos produzidos para a Internet e marcada por iniciativas empresariais. Diante do aprimoramento das redes sem fio, da banda larga e da expansão do número de microcomputadores pessoais, a transposição de materiais fica em segundo plano e a web protagoniza mudanças comportamentais. A participação de todos os envolvidos no processo de criação, caracterizado por ser coletivo e direto, torna-se realidade. De acordo com Pryor (2002), a relação que antes se denominava “*one-to-many*” [um-para-vários], passou a ser “*many-to-many*” [vários-para-vários] e “*one-to-one*” [um-para-um], ou seja, surgiu a possibilidade de que mais usuários pudessem contribuir para a produção de conteúdo *online*.<sup>3</sup>

A relação entre jornalistas e leitores se modifica ao longo do tempo, extinguindo o monopólio da informação pelos grandes grupos de mídia. Hoje, é possível que o internauta se manifeste e exerça influências sobre a elaboração e divulgação de reportagens e notícias, por exemplo, através da participação em blogs e portais colaborativos. Dessa maneira, partido do pressuposto que a convergência de mídias se configura como resultado da união de interesses dos usuários e das empresas jornalísticas, surgem mudanças que vão além da produção de conteúdo e invadem redações. O perfil dos profissionais que lidam com a web precisa estar em sintonia com a tecnologia e o imediatismo da Internet. O tempo da notícia é diferente de outros veículos como a televisão e o jornal impresso.

Referimo-nos às transformações relativas às rotinas produtivas de um jornal, ao produto que perde a característica analógica e ao estabelecimento de novos contratos sociais de leitura, motivadas pelos mecanismos da interatividade (PERUZZO, 2003).

Assim, a convergência de mídias no webjornalismo chama a atenção do público para o surgimento de uma nova cultura. Para o pesquisador norte-americano Henry Jenkins (2008), a palavra convergência consegue definir transformações tecnológicas,

---

<sup>3</sup> Para Belochio (2009), o jornalismo digital já vive, no período que compreende a passagem para a segunda década dos anos 2000, uma etapa de transição para a chamada “quarta fase”, cujas peculiaridades dizem respeito à interação mútua e ao emprego da tecnologia base de dados para incremento dos produtos jornalísticos.



mercadológicas, culturais e sociais. Na prática, o termo compreende o fluxo de conteúdos através de vários suportes midiáticos, a cooperação entre mercados e a conduta “migratória” dos leitores, ouvintes ou espectadores dos meios de comunicação, os quais “vão a qualquer parte em busca das experiências de comportamento que desejam” (JENKINS, 2008, p. 27).

### **A Cultura da Convergência**

O conceito de convergência já foi associado a outros campos de conhecimento, como a Matemática, a Economia e a Biologia, por exemplo. Aos poucos foi direcionado também para o Jornalismo e tem sido utilizado diversas vezes nos estudos sobre mídias contemporâneas. Além disso, abrange as tecnologias digitais de informação e comunicação, a cibercultura, as linguagens e as narrativas.

Desde o final dos anos oitenta, o termo “convergência” foi empregado para aludir a uma variedade de conceitos relacionados à transformação tecnológica das telecomunicações, com significados heterogêneos que em algumas ocasiões se complementam e, em outras, se afastam (SÁDABA; PORTILLA; AVILÉS; MASIP; SALAVERRÍA, 2008, p. 11, tradução nossa).<sup>4</sup>

Alguns aspectos determinantes do processo de convergência midiática aparecem de forma recorrente em livros, artigos científicos, teses e dissertações dos autores estudados. Os principais, e que se encontram bem atrelados, são: a tecnologia, as transformações na cultura e estrutura organizacional - incluindo a polivalência dos profissionais -, e a própria cultura de convergência, sendo o último o mais destacado.

Para Mielniczuk (2001), o conceito de convergência de mídias é formado a partir da possibilidade oferecida pela Internet: diversos meios (vídeo, áudio, imagem e texto) em um só espaço. Juntos, compõem um novo meio comunicacional com linguagem própria. Palacios (1999) é um dos autores que tentam definir esse processo através da união entre multimídia e convergência no âmbito do webjornalismo. Segundo ele, convergir formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico é definir multimídia.

No entanto, quando se aborda o ciberespaço, entendido por Lévy (2000) como um grande meio que reúne conteúdos e usuários heterogêneos, capazes de transpor

---

<sup>4</sup> Desde finales de los años ochenta, el término “convergencia” se emplea para aludir a una variedad de conceptos relacionados con la transformación tecnológica de las telecomunicaciones, con significados heterogêneos, que en ocasiones se complementan y en otras se vuelven elusivos.



barreiras comunicacionais e estabelecer novas relações humanas, percebe-se que os avanços no campo da tecnologia não são o bastante para esclarecer a convergência no jornalismo digital. A estrutura organizacional das empresas informativas configura elemento fundamental para atender as demandas mercadológicas. Tais grupos, denominados multimídia, surgem a partir da concentração de meios – rádio, televisão, agência de notícias e jornal impresso, por exemplo – e da interligação entre produções e materiais veiculados. Assim, a rotina de produção é afetada, pois há uma tendência à integração das redações. Além disso, ou paralelamente a isso, o trabalho dos jornalistas se modifica, pois o que antes era dividido em funções distintas é, agora, atributo de um mesmo profissional que produz os textos, edita-os, grava as entrevistas e fotografa. Salaverría e Avilés (2008) definem a convergência de mídias como:

Um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que se distribuem através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma (SALAVERRÍA, AVILÉS, 2008, p. 5, tradução nossa).<sup>5</sup>

Apesar da integração das redações e da polivalência dos jornalistas serem fatores considerados determinantes para a ocorrência da convergência no webjornalismo, Lévy (2000) alerta para o fato de que os imperativos econômicos e a eficácia das técnicas utilizadas pelas empresas e pelos profissionais, respectivamente, não são o bastante para que estabeleçam conexões coerentes entre os atores da corporação e seus “clientes”. O engajamento subjetivo das pessoas deve ligar-se ao político, à ética e à vida em sociedade e se manter em consonância com as significações culturais. Diante disso, as reflexões propostas por Lévy (2000) relacionam-se diretamente à ideia de uma cultura por trás dos processos de junção de diferentes suportes em um mesmo meio, como abordado por Jenkins (2008). Para este, a convergência não pode ser entendida como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro de um mesmo aparelho, e sim “a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores

---

<sup>5</sup> Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.



são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 27-28). Atualmente, as informações e histórias fluem facilmente através de diversas plataformas midiáticas. Não existe um aparelho único que reúna todas as mídias e agrupe toda a informação recebida.

De maneira ampla, no âmbito da comunicação, Henry Jenkins (2008) discute um fenômeno que une e aproveita as novas mídias – Internet, celular, computadores de mão – e as tradicionais – meios impressos, rádio e televisão. Assim, o autor proclama:

Bem vindo à cultura da convergência, onde velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. A cultura da convergência é o futuro, mas sendo moldada hoje (JENKINS, 2008, p. 328).

A partir das novas mídias e das práticas comunicativas, Saad Corrêa (2008) constata que a produção de conhecimento, feita dessa forma, “decorre obrigatoriamente da tríade tecnologia, comunicação e sociedade” (SAAD CORRÊA, 2008, p. 33). O jornalismo digital, por exemplo, integra o campo dessas novas mídias, justamente por não se limitar ao âmbito técnico, mas também por possuir influências nos contextos tecnológicos e sociais do universo multimidiático. Essa opinião, defendida por Saad Corrêa (2008), é compartilhada por Salaverria e Avilés (2008). Ambos atestam que as primeiras análises teóricas sobre a convergência dos meios de comunicação, formuladas há quase três décadas, apontaram o fator tecnológico como o responsável por desencadear o fenômeno.

Os suportes oferecidos pela tecnologia agem como potencializadores do processo de formação de redes de relacionamento em ambientes digitais. Segundo Jenkins (2008), existe toda uma cultura que deve ser levada em conta, capaz de sustentar uma estrutura de comunicação mais participativa.

O grupo Diários Associados lançou, em 2008, o Portal colaborativo Dzaí<sup>6</sup>, com a proposta de permitir a criação de blogs, além da postagem de vídeos, fotos, *podcasts* e notícias por qualquer usuário cadastrado. Através de tais ferramentas, o internauta pode se integrar à rede e atuar como produtor de conteúdo. Parente (2004) demonstra como a rede pode ser o lugar do visível. Porém, nas relações comunicacionais, estabelece-se como o vínculo invisível, o qual existe, mas não é algo totalmente concreto, palpável.

---

<sup>6</sup> <http://www.dzai.com.br>



Dáí percebe-se a necessidade de a convergência existir para além dos limites tecnicistas e tecnológicos. Jenkins (2008) defende esse aspecto de forma tão contundente que intitula seu livro de “A cultura da convergência”.

Determinante para que as mídias se integrem também é a mudança na organização profissional das empresas informativas. Saad Corrêa (2008) entende essa alteração como algo importante a ser feito na cultura organizacional, o que, mais uma vez, vai ao encontro da alegação de Salaverría e Avilés (2008), que defendem a integração das redações e o investimento em profissionais polivalentes. As tecnologias digitais fizeram aumentar os suportes de consumo disponíveis para o público, como os computadores e os telefones celulares. Portanto, além da convergência que ocorre dentro das empresas, há também a que ocorre entre os meios – plataformas – utilizados e se desenvolve graças à crescente interrelação entre as redes de computadores, de telefonia móvel e de televisão. O computador, como suporte tecnológico de produção, integra todos os aparatos necessários para se produzir jornalismo impresso, radiofônico e televisivo. Por isso, as empresas investem para que o jornalista se torne polivalente, tendo em vista que a mesma pessoa produzirá para impresso, rádio e TV, o que antes era feito por três profissionais diferentes. Para tais corporações, a convergência implica em mudanças nos negócios, no modo de organização e na produção. Segundo Lévy (2000), o saber se transformou na nova infra-estrutura diante da combinação de tecnologias, produtos, profissionais e espaços entre os âmbitos anteriormente separados no jornalismo (TV, impresso e rádio). Dessa forma, mudam-se as práticas jornalísticas, pois há, em tese, uma maior cooperação e colaboração entre redações.

### **Aspectos Metodológicos**

A relação direta entre comunidade e conteúdo, de acordo com Barbosa (2002), cujo foco refere-se à divulgação de informações e de serviços em uma determinada região, confere ao Portal UAI<sup>7</sup> o conceito de “portal regional”. Desde 1995 o Diários Associados, grupo que reúne veículos como o jornal Estado de Minas, a TV Alterosa e a rádio Guarani FM, iniciou o desenvolvimento de um projeto que tornasse possível a projeção das informações referentes à mídia impressa na Internet. Em 1999 o Portal UAI surgiu com o intuito de ir além do acesso às notícias e oferecer sistema de busca, classificados e maior investimento na linguagem visual.

---

<sup>7</sup> [www.uai.com.br](http://www.uai.com.br) Apesar de também publicar notícias de nível nacional e internacional, o UAI privilegia a divulgação de acontecimentos no estado de Minas Gerais.



Atualmente, a estruturação do site se assemelha aos demais portais noticiosos. Segundo Alexandre Magno<sup>8</sup>, gerente de projetos convergentes do Portal, os *links* para navegação em outros produtos do grupo Diários Associados disponibilizados na página principal confirmam a intenção do UAI de tentar convergir as quatro mídias do conglomerado: TV, rádio, internet e impresso.

O UAI, (...) desde o início, tem a estratégia de ser um portal que não limitasse seu conteúdo às informações geradas pelos veículos da casa (Estado de Minas, Diário da Tarde, Rádio Guarani AM e FM, TV Alterosa). Por isso, formou parcerias com jornais do interior e com outras empresas produtoras de conteúdo, além de construir canais de relacionamento, chat, meteorologia, cinema, turismo, entre outros de diversão e serviço. O maior peso no conteúdo do UAI é a informação jornalística (BARBOSA, 2002).

Em relação ao aprofundamento das questões teóricas no estudo referente à produção jornalística do Portal UAI com características convergentes, fez-se necessário utilizar uma combinação de técnicas e ferramentas metodológicas de pesquisa em Comunicação Social. Tendo em vista a já discutida amplitude do significado do termo convergência, utilizado em outros campos além do da comunicação, optou-se por realizar um recorte teórico e de percepção de especificidades no ambiente das organizações tradicionais de mídia. Dessa forma, torna-se interessante a análise da convergência de mídias no webjornalismo, uma vez que as empresas de comunicação vêm apostando, cada vez mais, nessa cultura e na elaboração de sites informativos através de vários suportes midiáticos e de inúmeras maneiras de interatividade e colaboração. Tal processo multidimensional vem crescendo, ao longo da primeira década do século XXI, com as novas tecnologias digitais e tem sido determinante para a sobrevivência das organizações tradicionais de mídia; além de provocar alterações desde empresariais, até no modo de produção, distribuição e consumo dos conteúdos.

Como a convergência de mídias é um processo amplo e múltiplo que afeta o processo de construção do conteúdo noticioso, é importante que cada etapa desse fenômeno seja abordada e analisada separadamente, apesar de cada uma dessas fases não existirem totalmente desvinculadas umas das outras. “Este caráter sistêmico da convergência incide diretamente nas metodologias que devem se aplicar ao abordar o

---

<sup>8</sup> Informação obtida durante entrevista pessoal realizada no dia 06/07/2009



estudo do fenômeno” (SÁDABA; PORTILLA; AVILÉS; MASIP; SALAVERRÍA, 2008, p. 17, tradução nossa).<sup>9</sup>

Em um primeiro momento, o aprofundamento conceitual e a delimitação do tema no ambiente do webjornalismo e das mídias digitais foram determinantes para que se pudesse identificar uma forma de analisar o objeto empírico. A opção pela realização de um estudo de caso tem o objetivo de identificar características do Portal UAI que permitam indicar em qual estágio de convergência de mídias ele se encontra, segundo peculiaridades que o aproximam do aspecto tecnológico, tecnicista ou cultural da convergência.

Dessa forma, após a análise de 603 matérias veiculadas em 5 editorias do Portal (Cultura, Minas, Política, Esporte e Economia), o foco escolhido foi a editoria Minas<sup>10</sup>. Para tal, foi feita uma contagem das matérias postadas nas editorias citadas e uma análise para identificar em qual delas havia mais matérias que trabalhavam com variados suportes midiáticos (texto, foto, vídeo e áudio); que editorias possuíam elementos de interatividade e participação do leitor – fóruns, enquetes, comentários –; e também foi verificada a procedência da matéria, para saber se ela foi produzida pelo próprio Portal UAI, por algum outro veículo pertencente ao grupo Diários Associados, por agências de notícias, ou pelo leitor. Esse estudo foi realizado entre os dias 17 e 20 de abril de 2009.

A partir disso, a etapa seguinte também se refere à coleta de dados, os quais, no entanto, foram utilizados para fundamentar uma apreciação qualitativa do conteúdo recolhido, de acordo com três principais aspectos gerais de análise: tecnicista, tecnológico e cultural. Durante cada um dos doze dias pré-estabelecidos, entre o período de 30 de setembro e 19 de outubro de 2009<sup>11</sup>, foram selecionadas todas as matérias publicadas na editoria Minas. A partir do conteúdo disposto nas páginas, buscou-se, em outros locais do Portal, principalmente no Dzaí, materiais que se relacionassem, ou seja, links estabelecidos com vídeos da TV Alterosa e com comentários de usuários em fóruns, por exemplo. Obtidas as informações de caráter quantitativo, foi possível alcançar o próximo passo: o cruzamento dos dados, através da articulação dos critérios

---

<sup>9</sup> Este carácter sistémico de la convergencia incide directamente en las metodologias que deben aplicarse al abordar el estudio del fenómeno.

<sup>10</sup> [http://www.uai.com.br/UAI/html/capa\\_minas,id\\_sessao=2/capa\\_minas.shtml](http://www.uai.com.br/UAI/html/capa_minas,id_sessao=2/capa_minas.shtml)

<sup>11</sup> Exceto os fins de semana e feriados, pois, de acordo com a primeira pesquisa quantitativa, eram dias com número reduzido de postagens no Portal UAI.



de análise e do referencial teórico, com o intuito de identificar o estágio de convergência midiática em que o Portal UAI se encontra, a partir da editoria Minas.

Como dito anteriormente, alguns critérios de análise foram selecionados e estudados no Portal. Divididos segundo os aspectos gerais da convergência de mídias, são eles:

**Tecnicista:** aborda as mudanças estruturais das empresas de comunicação com o intuito de verificar a integração das redações e os trabalhos conjuntos. Por exemplo, os repórteres da TV Alterosa e do Portal UAI produzindo, juntos, conteúdos para a Internet. Além disso, há a necessidade da habilidade dos jornalistas para criar e desenvolver conteúdos para distintos suportes midiáticos. Os critérios determinados para realizar essa análise são: Coordenação de equipes de distintos meios para publicar conteúdo sobre o mesmo assunto; e Profissional polivalente.

**Tecnológico:** fundamental para a realização da convergência de mídias, uma vez que ele possibilita: a junção de diversos meios midiáticos em apenas um suporte; a expansão de conteúdo para outros dispositivos móveis, como telefones celulares; a criação de uma identidade eletrônica, ou seja, programação personalizada de conteúdos baseada no histórico de preferências do usuário; e a utilização de recursos digitais da *web* para composição das matérias e suas linguagens. As categorias destacadas para essa investigação são: Multimídia; Ampliação dos suportes; Personalização; Hipertexto; e Hiperlinks.

**Cultural:** ressalta a mudança de comportamento das pessoas diante das inúmeras transformações que a Internet promoveu no webjornalismo, de maneira que os processos deixaram de ser individuais – mídias tradicionais – e se tornaram produções de conhecimento e informações coletivas e colaborativas entre os profissionais e, também, profissionais e usuários. A interação entre os agentes do processo comunicacional está mais próxima, uma vez que há espaço para eles se expressarem e comunicarem com maior agilidade, ressaltando suas opiniões, comentários e sugestões. Em função dessa realidade, são destacadas as seguintes categorias para verificação: Conteúdo colocado em múltiplos suportes midiáticos, sites especializados e redes sociais; Aproveitamento de material produzido por veículos do mesmo grupo; Conteúdos informativos que provoquem a discussão; e Interatividade, sendo esta subdividida em: Comentários dos leitores às matérias; Disponibilização do contato; Efetiva resposta do jornalista aos comentários, opiniões, críticas, sugestões dos leitores;



e Inteligência coletiva (Abertura para a produção dos usuários, com aproveitamento de pauta e matérias).

### **Análise**

Ao todo, foram analisadas 328 matérias e seus respectivos conteúdos relacionados, no Dzaí ou em outros locais do Portal UAI. O recorte dado a partir das matérias do Minas revelou que a maioria se enquadrou dentro do aspecto tecnológico. Em contrapartida, uma parcela das matérias foi considerada como não sendo exemplo de convergência de mídias, por não se encaixar em nenhum dos critérios estabelecidos, na medida em que traziam apenas texto e foram produzidas exclusivamente por repórteres do Portal UAI.

No que diz respeito ao primeiro aspecto analisado, o **tecnicista**, de acordo com o critério de **coordenação de equipes de distintos meios para publicar conteúdo sobre o mesmo assunto**, percebeu-se um esforço conjunto nas redações da TV Alterosa e do Portal UAI para apuração e produção de reportagens e matérias. No entanto, notou-se a ausência ou pouca expressão dos profissionais dos demais veículos dos Diários Associados, como a Rádio Guarani FM, o jornal Aqui e o Estado de Minas.

Em relação à categoria **profissional polivalente**, foi identificado esse tipo de repórter dentro da empresa, porém, no caso da editoria Minas, a presença desse trabalho concentrado é discreta. Apenas duas matérias apresentavam o produto de um único jornalista. Para o repórter da TV Alterosa Marcelo Jordy, a postura do repórter diante de uma cobertura, que pode ser ou não convergente, depende do desenvolvimento da cultura dentro da própria empresa. Além disso, ele ressalta o papel do profissional, que deve explorar as possibilidades midiáticas de transmissão da notícia diante dos acontecimentos. “Eu acho que é um processo de cultura, que vai partir do meio publicitário, dos meios de comunicação. Vale muito do repórter também pensar a convergência” (informação verbal)<sup>12</sup>.

A categoria **multimedialidade** apresentou maior incidência entre todas as demais. Destacou-se a existência de fotos e vídeos nas matérias, e não foram utilizados arquivos de áudio. Tais recursos midiáticos foram apenas transpostos do formato de veiculação original, sem passar por qualquer tipo de adaptação para a Internet ou gerar conteúdos exclusivos para o Portal.

---

<sup>12</sup> Entrevista realizada no dia 06/07/2009, com o repórter convergente da TV Alterosa Marcelo Jordy.



Durante a análise foi comum a percepção de **hipertextos** e **hiperlinks**. Enquanto o hipertexto é um conceito anterior à Internet, o hiperlink nasce com a *web* e assim, forma a base da mídia interativa, conduzindo o internauta a realizar um processo mental de reflexão. Embora os dois tenham objetivos diferentes, eles são trabalhados da mesma forma pelos repórteres do Portal UAI. Ao longo da análise, verificou-se que tanto hiperlinks quanto hipertextos remetem, em sua maioria, para produtos do próprio site, fazendo com que o internauta que acessa aquele link migre para outro conteúdo relacionado, gerando um maior tempo de permanência do usuário no Portal e um maior número de *pageviews*<sup>13</sup>.

Tratando-se de um quarto critério dentro do aspecto tecnológico, a questão da **ampliação de suportes** ganhou notoriedade durante o período analisado diante do lançamento do serviço de envio de pequenas chamadas de notícias para o celular dos usuários previamente cadastrados. Após ter acesso a este material, o internauta pode conferir as respectivas matérias na íntegra no Portal UAI. O “*SMS: Short Message System*” foi lançado no dia 06 de outubro de 2009 e atende a várias editorias e canais de entretenimento, como as revistas *Ragga* e *Hit*, a seção *Divirta-se*, entre outros.

O quinto e último critério dentro do aspecto tecnológico diz respeito à **personalização** do conteúdo. Ao longo dos 12 dias de análise não foi identificada nenhuma característica ou evidência que remetesse a um sistema de verificação do histórico recente de pesquisa realizada pelo internauta.

Já o aspecto **cultural** possui vários elementos de análise e amplo conteúdo para tal. A **interatividade**, que pressupõe uma relação ativa entre agentes, configura-se como um campo extenso e, para tanto, foram trabalhadas sub-categorias de análise capazes de abranger essas diversas interfaces. Uma das sub-categorias do critério interatividade corresponde ao fato de a maioria das matérias disporem de links com o **contato do repórter** que as escreveu. Isso confere ao leitor a possibilidade de enviar emails tecendo comentários, críticas e sugestões, abrindo, assim, um canal de comunicação entre ambos. A segunda sub-categoria estudada diz respeito à **efetiva resposta dos jornalistas aos comentários recebidos**. Conforme cita Leandro Mattos, repórter do Portal UAI e gerenciador do blog *Girando a Bola*<sup>14</sup>, hospedado no Dzaí, o internauta está cada vez menos passivo e, para acompanhar esta tendência, o jornalista precisa sair

---

<sup>13</sup> Denominação utilizada para designar a quantidade de vezes que a página em questão foi visualizada pelos internautas.

<sup>14</sup> <http://www.dzai.com.br/leandromattos/blog/girandoabola>



da posição de detentor da informação e passar a promover o debate com seus leitores. Mattos frisa, ainda, que isso não se aplica somente à editoria de esportes, mas também a todas as demais, inclusive a que se refere esta análise: Minas.

Na elaboração de uma **inteligência coletiva**, o Portal UAI utiliza, em algumas situações, a contribuição de seus leitores para compor suas pautas e produções. A colaboração do internauta é importante e valorizada dentro da empresa. Um dos exemplos analisados aconteceu na época das chuvas do início do mês de setembro em Belo Horizonte, período em que diversos usuários publicaram flagrantes de enchentes e tempestades na região metropolitana através de fotos e vídeos no Dzaí.

Ainda dentro do aspecto cultural, mas migrando para o critério que trata dos **teores informativos que provoquem discussão**, percebeu-se que isso acontece com maior frequência em canais como o fórum Na Boca do Povo<sup>15</sup>, de autoria da TV Alterosa. É importante salientar que, apesar destes espaços procurarem promover debates e discussões, isto é pouco aproveitado pelos leitores. Mesmo havendo grande número de comentários, eles não geraram efetivas respostas, consistindo em opiniões isoladas que não se concretizavam em conversas aprofundadas entre os participantes.

No que diz respeito a outro critério, **o aproveitamento de material produzido por veículos do mesmo grupo**, foi notada grande presença de matérias do jornal Estado de Minas, assim como de reportagens veiculadas no programa Jornal da Alterosa. Dessa forma, percebe-se que tais teores são basicamente transpostos para o Portal UAI, sem sofrerem nenhum tipo de alteração ou complementação.

Um último critério analisado, do aspecto cultural, faz referência **ao conteúdo colocado em múltiplos suportes midiáticos, sites especializados e redes sociais**, e é possível perceber que tal categoria assemelha-se a outros pontos já discutidos ao longo do estudo realizado. Um exemplo desse tipo de prática são as galerias de fotos do Dzaí linkadas em algumas das reportagens da editoria Minas. Elas funcionam como suportes para ampliação do conteúdo, aumentando a quantidade de imagens a que o usuário terá acesso.

### **Considerações Finais**

A partir da realização desta investigação, ficou constatado que a convergência precisa partir tanto do interesse da empresa de comunicação quanto do usuário, que deve se sentir estimulado e interessado a colaborar e, assim, o fazer. É necessário dar

---

<sup>15</sup> [http://apps.alterosa.com.br/alterosa/modulos/forum/portlets/forum\\_show?id\\_tema=178](http://apps.alterosa.com.br/alterosa/modulos/forum/portlets/forum_show?id_tema=178)



visibilidade à participação do internauta para que ele mantenha seu interesse e vínculo com o Portal, dando ao provedor inicial de conteúdo, no caso, o UAI, a possibilidade de aumentar sua abrangência a partir do material recebido. Matérias de cunho factual foram as que mais obtiveram contribuição dos leitores. Desse modo, a participação do usuário mostrou-se mais efetiva na produção de vídeos e fotos relativos a temas que giram em torno do inédito, do factual, o que reforça a idéia de que o público está, de certa maneira, mais apto a produzir conteúdo relativo ao momento do flagrante.

Após o período de análise da produção jornalística do Portal UAI, ficou constatado que o critério mais explorado nos conteúdos publicados é a multimídia, envolvendo fotos da agência de imagens dos Diários Associados (D.A. Press), vídeos de matérias produzidas pela TV Alterosa e textos provenientes das redações do Portal UAI e jornal Estado de Minas. Por outro lado, o critério menos percebido nas matérias estudadas foi o profissional polivalente. Os repórteres, em geral, ainda encontram dificuldade para realizar todo o trabalho multimidiático, não tendo a real percepção de que precisam se adequar a uma nova realidade, que exige a extrapolação do papel clássico dos jornalistas: repórteres de texto apuram e redigem, fotógrafos apenas fazem fotos e os cinegrafistas filmam.

Percebeu-se, principalmente, que o Portal UAI ainda está preso à transposição de materiais de outros veículos do próprio grupo, o que vai de encontro ao processo de convergência, o qual proclama uma complementaridade entre os diferentes suportes midiáticos. O esforço percebido na articulação entre as redações da editoria Minas (UAI) e Alterosa produziu apenas notas ou pequenos textos postados no Portal, assim como as matérias veiculadas no Jornal da Alterosa. Não ficou clara a existência de um planejamento na cobertura jornalística, tendo em vista a produção de um produto final (uma reportagem) para um dos dois meios. Mais uma vez, a informação publicada em um veículo é apenas transposta para outro e entende-se que tal prática também prejudica a colaboração do internauta, já que não há nenhuma abertura para que ele participe do processo produtivo.

Em contrapartida, é importante enaltecer a disponibilização de todo o conteúdo veiculado pelo Jornal da Alterosa no Dzaí, contribuindo para a formação de uma memória digital. O usuário pode assistir a todas as matérias já exibidas pelo programa no momento que lhe for mais conveniente, sem se restringir ao horário de exibição na televisão. Este mecanismo é mais um que aproxima o internauta do conteúdo produzido pelos Diários Associados.



Outro dado de grande relevância diz respeito ao horário de publicação das matérias de autoria do Estado de Minas e da TV Alterosa no UAI. Isto acontece somente após a veiculação dos mesmos em seus suportes de origem. Assim sendo, o Portal respeita a “propriedade” dos “furos de reportagem”. Isso significa que, caso um repórter do Estado de Minas tenha uma notícia inédita, ela não sairá na Internet antes da circulação do Jornal, o mesmo acontecendo para a TV. Tal estratégia mostra-se arriscada do ponto de vista editorial, uma vez que esta resistência em lançar determinado conteúdo na web pode implicar na perda de um material exclusivo para a concorrência, que ganhará tempo para tentar obter a mesma informação.

Por fim, respondemos à pergunta proposta no início da presente investigação: em qual estágio de convergência o Portal se encontra? Em uma trajetória que se baseia nos aspectos analisados, a atual etapa identifica um estágio intermediário para se alcançar uma posição de melhor desempenho no processo de convergência midiática. O aspecto tecnológico é muito bem explorado, principalmente através da publicação de vídeos, textos e fotos. Os hiperlinks são usados como uma forma de aprofundar a leitura do internauta, redirecionando-o para conteúdos relacionados e sites especializados. No entanto, no aspecto cultural, entende-se faltar um espaço ainda maior para o usuário e uma abertura mais eficiente para a participação deste leitor, permitindo que ele realmente possa contribuir e sugerir de forma mais influente no conteúdo produzido pelo Portal. Finalmente, o aspecto tecnicista, na editoria Minas, é pouco explorado. A coordenação de equipes não ocorre de forma plena a fim de produzir um conteúdo convergente específico para a web. Também não há a exploração das habilidades dos profissionais para produzir conteúdo para diferentes suportes.

As mudanças que ocorreram no Portal UAI, lançadas no dia 18 de novembro de 2009, demonstram como as conclusões desta pesquisa são pertinentes e como este estudo contribui para a discussão e para a prática da convergência de mídias. Alguns itens analisados aqui já foram alterados pelo Portal. A multimodalidade foi dividida em abas, separando texto, vídeo e fotos, embora continue com a ideia da simples transposição do conteúdo. Existe uma chamada fixa para o Dzaí ao final de todas as matérias, convidando o internauta a participar com o envio de histórias, fotos e vídeos. Cabe destacar, ainda, que persiste a ideia de ter apenas um fórum e a mesma enquete para todas as matérias do Portal, mas houve alteração no sistema de busca e pesquisa, que agora está mais simples e funciona por um filtro de data. Além disso, foram



incluídas *tags* nas matérias, que facilitam a pesquisa e permitem encontrar de forma mais ágil o conteúdo procurado.

## Referências

- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBAHIA**. FACOM/UFBA. 2002. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.pdf> >. Acesso em 02 nov. 2008.
- BELOCHIO, Vivian. **O jornalismo digital e os efeitos da convergência: meta-informação, encadeamento midiático e a cauda longa invertida**. UFRGS. 2009. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0943-1.pdf> >. Acesso em 01 nov. 2009.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph. 2008
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. 2001. Disponível em: < [http://empreendedor.uol.com.br/multimedia/temp/Jor/2001\\_mielniczuk\\_caracteristicasimplicacoes.pdf](http://empreendedor.uol.com.br/multimedia/temp/Jor/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf) >. Acesso em 30 ago. 2008.
- PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para debate**. 1999. Disponível em: < [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002\\_palacios\\_informacaomemoria.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf) >. Acesso em 30 ago. 2008.
- PARENTE, André (Org.). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Webjornalismo: do Hipertexto e da Interatividade ao Cidadão Jornalista**. 2003. Disponível em: < <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=1&s=9&a=3> >. Acesso em 30 ago. 2008.
- PRYOR, Larry. **The third wave on online journalism**. *Online Journalism Review*, abril, 2002. Disponível em: < <http://www.ojr.org/ojr/future/1019174689.php> >. Acesso em 20 set. 2008.
- SAAD CORRÊA, Elizabeth. **Convergência de mídias: metodologias de pesquisa e delineamento do campo brasileiro**. In: NOCI, Javier Díaz (Org.); PALÁCIOS, Marcos (Org.). *Metodologia para o estudo dos cibermeios: estado da arte & perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2008.
- SÁDABA, Charo; PORTILLA, Idoia; AVILÉS, José Alberto García; MASIP, Pere; SALAVERRÍA, Ramón. **Métodos de investigación sobre convergencia periodística**. In: NOCI, Javier Díaz (Org.); PALÁCIOS, Marcos (Org.). *Metodologia para o estudo dos cibermeios: estado da arte & perspectivas*. Salvador: EDUFBA, 2008.
- SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José Alberto García. **La convergencia tecnológica em los medios de comunicación: retos para el periodismo**. *Trípodos: revista digital de comunicación*, número 23, Barcelona, 2008. Disponível em: < [http://www.andredeak.com.br/pdf/salaverria\\_convergencia\\_2008.pdf](http://www.andredeak.com.br/pdf/salaverria_convergencia_2008.pdf) >. Acesso em 15 ago. 2009.