



Cenário de convergência, impactos no webjornalismo e o caso *Clarín.com*¹

Andréa Aparecida da Luz²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

RESUMO

Este artigo pretende traçar um panorama da convergência tecnocultural e suas implicações no webjornalismo, discutindo algumas de suas vertentes, como os reflexos no campo profissional e a integração de redações – utilizando como exemplo o caso do *Clarín.com*. Para isso, procuramos apresentar o cenário de convergência atual, as novas atribuições do jornalista do século 21 e as principais mudanças nas redações do diário argentino. Os principais autores que sustentam a análise são Johnson (2001), Noci e Salaverría (2003) e Salaverría e Negredo (2008), entre outros. Este trabalho faz parte do referencial teórico da dissertação Análise do especial multimídia *Cayucos*: um estudo de caso, a ser apresentada no curso de Mestrado em Jornalismo da UFSC.

PALAVRAS-CHAVE: convergência; webjornalismo; *Clarín.com*

1. O processo de convergência tecnocultural

A tecnologia e a cultura estão cada vez mais interconectadas, resultado de um processo global conhecido como convergência tecnocultural (JOHNSON, 2001), que forma o cenário onde as mudanças no webjornalismo ocorrem. Jenkins refere-se à convergência como o “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, a cooperação entre vários mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de entretenimento” (2008: 27). Para o autor, a convergência não deve ser compreendida como um processo meramente tecnológico que une várias funções em um mesmo aparelho. Ao contrário, o termo representa “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (2008: 28). A convergência “(...) ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (idem).

Embora a dissertação esteja focada em um de seus aspectos (tecnológico), é importante não perder de vista que esse é um processo que diz respeito também a questões sociais e culturais. Nesse contexto, novas e antigas mídias interagem de formas

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Mestranda do Curso de Jornalismo da UFSC, email: deadaluz2007@gmail.com.



cada vez mais complexas e os consumidores passam a ser mais ativos, migratórios, menos leais a meios de comunicação e mais conectados socialmente (JENKINS, 2008). A convergência de mídias altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos, além da lógica de operação da indústria midiática e a forma como as pessoas consomem e processam notícias e entretenimento (idem).

Esse longo, irreversível e aparentemente contínuo processo de convergência tecnocultural configura o cenário onde ocorre a genial criação de uma interface que transformou um mundo abstrato de bits em um "espaço-informação" (JOHNSON, 2001). Tal espaço é a evolução de um conceito utilizado na retórica por milhares de anos, conhecido como "palácios de memória" e presente em versão mais recente: o Memex³, idealizado por Vannevar Bush, no século XX. A ideia inspirou posteriormente Douglas Engelbart, na década de 1960, a realizar o projeto básico da interface gráfica contemporânea. Algo aparentemente tão simples provocou uma revolução digital (e social) jamais vista até então. A importância cultural do design de interface está no fato de vivermos em uma sociedade cada vez mais moldada por eventos que se produzem no ciberespaço – embora esse continue invisível e fora de nossa apreensão perceptiva.

“Nosso único acesso a esse universo paralelo de zeros e uns se dá através do conduto da interface do computador, o que significa que a região mais dinâmica e mais inovadora do mundo contemporâneo só interface” (JOHNSON, 2001: 20-21).

Engelbart também idealizou como esse espaço iria funcionar: pastas e arquivos representados por ícones e diretamente manipuláveis pelo usuário – em uma metáfora do desktop (ou da escrivaninha) – através de um invento chamado *mouse*. O mouse, as janelas e os links representam as grandes inovações derivadas dessa interface amigável que hoje nos permite navegar pela internet em busca de conteúdos nos mais variados formatos. O novo ambiente, para Johnson, “foi a um só tempo um avanço tecnológico e uma obra de criatividade profunda” (2001: 23). De fácil manuseio – com menus, janelas e lixeiras e a possibilidade de criar os próprios ícones – a interface deixa de ser mero ponto de interseção entre usuário e microprocessador e transforma-se ela mesma em um

³ Em 1945, Vannevar Bush propôs o Memex – máquina que permitiria encontrar informações e documentos armazenados em fotogramas vistos em uma tela, cujo funcionamento implicava em um modelo não linear de organização comumente utilizado em escritórios e arquivos de computadores (NOCI; SALAVERRÍA, 2003). A ideia foi aperfeiçoada por Theodor Nelson, que cunhou o termo hipertexto em 1965, e por Douglas C. Engelbart entre 1968 e 1975.



novo meio de comunicação, ou “uma obra de cultura tanto quanto de tecnologia”
(JOHNSON, 2001).

A ação de trabalhar em janelas portáteis e maleáveis que se abrem simultaneamente e adaptam-se ao espaço disponível na tela – sendo passíveis de redução e ampliação de tamanho – trouxe o benefício real de poder “zigzaguar” entre vários documentos com um único clique do mouse. No webjornalismo, a janela também possibilitou ao usuário criar um processo de filtragem de notícias selecionando conteúdo de interesse proveniente de vários jornais online, reunindo esse apanhado em uma única interface por meio dos agregadores de conteúdo (como Netvibes.com e Google Reader).

Os links⁴, por sua vez, trouxeram uma mudança no nível da linguagem. “Surfar” na web significa navegar por meio de vínculos de associação, mas de forma diferente do que acontecia com o controle da televisão. Não é simplesmente uma troca de canais, mas uma escolha que o internauta faz porque está interessado no outro conteúdo. “O hipertexto, de fato, sugere toda uma nova gramática de possibilidades, uma nova maneira de escrever e narrar”, sugere Johnson (2001: 84). De acordo com o autor, essa ferramenta materializou parte da visão de Vannevar Bush sobre a possibilidade de organizar informação de forma mais intuitiva. Mas a ideia central de o usuário poder criar suas próprias trilhas de associações permanece irrealizada na internet e, por extensão, no webjornalismo, já que são os jornalistas ou designers que determinam tais associações por onde navegar. Ainda segundo Johnson (2001), a imagem é outro componente linguístico importante da interface contemporânea, com potencial para suplantar a supremacia do texto, embora em muitos sítios jornalísticos continue visível o enorme papel desempenhado pelas palavras escritas. Daí a relevância do especial multimídia, objeto de nossa pesquisa de mestrado: é um formato que vai questionar e deslocar o texto dessa supremacia informativa.

Em termos empresariais, a velocidade acelerada das inovações tecnológicas e a popularização da internet obrigaram os conglomerados de mídia a se adaptarem ao novo

⁴ Links, elos ou vínculos: forma de traçar conexões entre documentos (em qualquer formato), de forjar relações semânticas entre ideias na prosa digital (JOHNSON, 2001).



cenário competitivo, e isso se reflete tanto no perfil desejado dos profissionais quanto no “fazer jornalístico”. Na prática, as empresas tentaram driblar a diminuição nos lucros formando equipes mais flexíveis e enxutas capazes de produzir conteúdos diferenciados e adaptáveis a diversas mídias. No *Clarín.com*, as reformas estruturais e mudanças tecnológicas implicaram na reconfiguração das equipes, no uso de novos equipamentos e softwares e, conseqüentemente, em produtos diferenciados oferecidos ao público como os *Especiales Multimedia*, onde se insere nosso objeto de análise, *Cayucos*.

2. O jornalista do século 21

A prática do jornalismo na internet alterou todas as etapas de produção, desde a captação e seleção de informações até o formato de apresentação e consumo. As mudanças nas rotinas de trabalho enquadram-se em um contexto maior de redefinição do status profissional do jornalista e de suas funções, impulsionadas pelo processo de convergência. Para Salaverría (2005), a modificação nos três processos básicos da profissão (apuração, produção e difusão) configura uma nova modalidade profissional de jornalismo: (1) porque o uso das redes interativas e bancos de dados digitalizados revolucionaram os métodos de investigação e o acesso às fontes; (2) porque os processos e formas de produção dos conteúdos jornalísticos também se alteraram e, (3) devido à aparição de novos meios que empregam plataformas digitais, especialmente a internet, para publicar seus conteúdos aproveitando as possibilidades hipertextuais, interativas e multimídia. O autor defende que a imprensa, o rádio e a TV são diferentes manifestações do jornalismo em virtude de seus distintos suportes. “É precisamente o suporte que determina os processos editoriais e linguagens de cada tipo de jornalismo” (SALAVERRÍA, 2005:16).

Captar notícias para a web envolve questões similares às de outras mídias, como ter em mente qual é o público-alvo e o alcance – ou foco – do veículo (local, nacional, internacional). Mas a internet oferece novas formas de coletar e reportar a informação, dado seu potencial como fonte de pesquisa, conforme apontam Machado (2003), Gunter (2003) e Ward (2006). O desenvolvimento de ferramentas de busca online (Yahoo, Google etc.) permitiu aos repórteres realizar de forma muito mais ágil o que anteriormente era feito por bibliotecários ou em arquivos públicos. A obtenção de informação jornalística online também reduz os custos da coleta de dados, como sugere



Gunter (2003), mas demanda experiência pessoal e capacidade crítica do jornalista para determinar quando finalizar a pesquisa. É possível também ter acesso a canais de comunicação rápida e gratuita, como e-mails, grupos e comunidades virtuais, programas de mensagens instantâneas (Messenger, ICQ, Google talk, etc) e de conexões VoIP (voz sobre IP, como o Skype) que ajudam a transpor dificuldades como a de fusos horários no caso de contatos com fontes no exterior.

Ainda nesta primeira etapa produtiva, autores como Bruns (2005), Pereira e Moraes (2003), Gunter (2003) e Bastos (2000) falam em uma transformação no conceito de *gatekeeper*. A decisão sobre o quê e em que quantidade publicar - a qual historicamente coube às elites dos *media* - não sofre limites de tempo nem de espaço na internet e qualquer um pode disseminar informação instantaneamente (BASTOS, 2000: 64). O autor cita pesquisadores como Hume (1995) e Harper (1997), os quais acreditam que os papéis de repórteres e editores como tradicionais *gatekeepers* irão desaparecer no webjornalismo. Para Bastos (2000), a necessidade de filtros permanece, embora não se possa garantir que a função continue sendo desempenhada apenas por jornalistas.

O fim do tradicional *gatekeeper* nos meios online está próximo, afirma Bruns (2005), e seu papel se aproxima muito mais dos de um editor, moderador ou guia de informação do que de um buscador, selecionador ou apurador de acontecimentos. Para esse autor, o termo mais adequado para a função seria *gatewatching*: observação dos portões de saída de publicadores de notícia e de outras fontes, para identificar novas informações úteis, interessantes e disponíveis, e encaminhamento desse material para reportagens e guias de conteúdos relevantes (BRUNS, 2005: 18). Os sítios que utilizam o *gatewatching* fazem um monitoramento de outros portais e oferecem um senso de localização, evitando que o internauta se sinta perdido na imensidão de informações disponíveis, além de apresentarem os resultados em um formato facilmente acessível (BRUNS, 2005).

Além de ampliar as fontes de pesquisa, acelerar o processo de busca ou monitoramento de informações e permitir novas formas de publicar notícias e reportagens, o jornalista precisa conhecer os hábitos e preferências do público na internet. Isso permite a repórteres e editores decidir melhor quando mesclar recursos de



texto, áudio, gráficos, links, animações, etc., além de levá-los à experimentação de novas formas narrativas e diferentes olhares sobre o tipo de matéria-prima necessária ao processo produtivo, gerando novas práticas de trabalho. A linguagem do webjornalismo reforça os princípios de informar não de maneira linear, mas de acordo com a vontade do internauta, o que demanda conhecimentos multidisciplinares que permitem construir matérias distintas sobre o mesmo assunto interligando várias mídias (FERRARI, 2003). Senão, as funções do editor acabam limitadas à transposição de mídias (tradução de uma matéria para a linguagem da Web) e se comparam à do copidesque, por trabalhar sobre o texto alheio (idem).

Tantas mudanças trazem desafios inéditos para repórteres e editores. “Eles precisam aprender não só como escrever a base da notícia, mas também a usar efetivamente áudio, vídeo, animações e bancos de dados que formam parte do pacote informativo interativo disponível aos usuários” (GUNTER, 2003:90). Salaverría (2004) afirma que os novos jornalistas são obrigados a realizar um esforço de criatividade para não repetir velhos formatos e perpetuar rotinas antigas acriticamente. O autor lembra que a principal função desse profissional é desenvolver produtos multimídia e não editar e redigir textos. Para isso, é preciso elevado conhecimento dos códigos escrito e audiovisual: “agora, um jornalista deve saber contar histórias indistintamente com palavras, imagens ou sons; esse é o traço de multimídia” (SALAVERRÍA, 2004).

A apresentação dos dados pode motivar ou desestimular os leitores, portanto cabe ao jornalista pensar não só nos números e informações levantadas na web, mas também em como irá publicá-las de modo a facilitar a leitura e parecer atraente (Ward, 2006).

“O que muda é a forma pela qual as matérias são editadas – a notícia (ou qualquer outro gênero jornalístico) pode ser mais bem contextualizada na Internet. É possível explorar relações com o passado oferecendo informações de fundo ou links com reportagens sobre o mesmo tema” (MOHERDAUI, 2007: 197).

A integração de várias mídias em um suporte (web) é uma das características mais destacadas do jornalismo na internet e da qual o jornal *Clarín.com* tem se utilizado com competência. Além de permitir o uso conjunto de recursos escritos ou audiovisuais (fotografia, desenhos com animação, gráficos fixos ou em movimento, sons, imagens em movimento, bases de dados, programas executáveis e elementos interativos), a



característica de hipertextualidade diminui a importância do acesso linear à informação. Segundo Ureta (2004), “esta combinação de hipertexto e multimídia, conhecida também como “hipermídia”, traz um leque de possibilidades para oferecer a informação ao leitor e maior flexibilidade na hora de estruturar os textos que, em contrapartida, exigem um conhecimento da técnica hipertextual e uma capacidade associativa por parte do jornalista”.

Por outro lado, a imensa possibilidade de exploração de distintos formatos para os conteúdos digitais leva a um duplo processo de desqualificação/superqualificação da prática jornalística na internet. “O meio digital requer, por um lado, consideráveis conhecimentos técnicos adicionais ao próprio trabalho jornalístico e, por outro, entra em uma lógica perversa de assalarização deste trabalho” (Noci e Salaverría, 2003: 450). Crucianelli (2010) afirma que o surgimento de novos meios nos últimos anos está originando postos de trabalho e competências profissionais diferentes dos conhecidos nos meios tradicionais. Entre os 11 exemplos citados pela autora, destacamos cinco que nos parecem estar em maior evidência atualmente em redações online:

1- Repórter Multimídia: se ocupa de manejar os conteúdos da reportagem multimídia, desde a narração até os diferentes formatos, tratando de complementar os conteúdos em texto, fotos, vídeo, etc. com uma narrativa multimídia.

2- Buscador de bases de dados: rastreia bases de dados à procura de documentos funcionais para as notícias, processando a informação em formatos gráficos. É praticamente uma junção da função de repórter com a de infografista.

3- Editores de Som e Vídeo: são especialistas nesses formatos, trabalham com programas especializados e profissionais para a produção de áudios e vídeos.

4- Executivo de Negócios: explora novos modelos de negócios, independentes da publicidade: serviços, venda de conteúdos a terceiros, financiamento por doações, alianças com empresas de e-commerce, promovendo produtos a menor custo disponíveis apenas via web.

5- Executivo em Alianças: gestor de alianças com outros meios. Onde um meio não pode chegar, outro poderá fazê-lo, então o mercado se multiplica. (CRUCIANELLI, 2010: 176-177).

3. A integração de redações e o *Clarín.com*



Um dos aspectos da convergência no jornalismo é a integração de redações. Padrões e editores costumam defendê-la por permitir a coordenação mais eficaz das coberturas informativas de cada meio, renovar os conteúdos impressos, estimular a criação de produtos multimídia e reforçar a credibilidade dos veículos digitais. Além disso, as redações integradas costumam ser mais baratas do que as independentes (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008). Jornalistas, por sua vez, se opõem à integração porque ela tende a uniformizar os conteúdos nos vários suportes, multiplicar a responsabilidade e o número de tarefas para cada profissional e precarizar as condições de trabalho (idem).

Cada lado tem suas razões, mas o fato é que a audiência se transformou e está exigindo maleabilidade das empresas e jornalistas para fazer o mesmo. O público de hoje possui aparatos tecnológicos, é multiplataforma, e até onde isso é possível, tem papel ativo no processo de construção da informação. Por isso, para a integração dar certo, além de infraestrutura é preciso cooperação daqueles que a põem em prática – os jornalistas. Para Salaverria e Negredo (2008), a solução dos conflitos passa por envolver os funcionários no processo, escutando suas dúvidas, receios e avaliando prejuízos. Também é preciso evitar confundir convergência com uma medida de corte de custos: muitas empresas não querem fazer um trabalho melhor, apenas mais barato. Nesse caso, o resultado é a demissão e a contratação de pessoal mais jovem, inexperiente, comumente mal pago e com escassa proteção laboral (idem).

Uma das críticas dos jornalistas é pertinente e recai sobre a figura do repórter multimídia – um profissional polivalente, capaz de produzir informações em qualquer formato e para qualquer meio, o que ainda não é a regra nos webjornais. Em geral, o papel é desempenhado apenas por enviados especiais, quase sempre repórteres de guerra, que escrevem, fotografam, fazem vídeos e conversam com o público (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008). O mais comum é encontrar jornalistas multitarefas: “alguém sobre o qual recai uma infinidade de trabalhos jornalísticos feitos anteriormente por distintos profissionais. São jornalistas avaliados mais pelo número de tarefas desempenhadas (...) do que pela qualidade jornalística” (idem: 76). O resultado é a queda na qualidade da informação, pondo em risco a permanência da empresa no mercado em médio e longo prazo.



Para minimizar os atritos resultantes da integração, os autores recomendam ainda: formar jornalistas para que dominem as novas tecnologias digitais; promover a troca de funções entre profissionais do impresso e do online para que se habituem a diferentes plataformas; resolver as disparidades salariais entre os diversos meios; colocar em posições de chefia os profissionais que tenham experiência jornalística, capacidade de mando e conhecimento do mundo digital; planejar a integração para reforçar a imagem da marca em todos os suportes apostando na colaboração franca entre os meios e jornalistas; equiparação de responsabilidades e fluidez na comunicação interna.

Veículos importantes como o *The New York Times* e o *Washington Post*, nos Estados Unidos, e até mesmo o Diário Catarinense (primeiro impresso da América Latina a surgir totalmente informatizado), no Sul do Brasil, já uniram suas redações. Em abril de 2010, a Folha de São Paulo anunciou a integração efetiva das equipes, eliminando diferenciações entre repórteres e editores de online e impresso, com aglutinação dos editores do veículo online, os quais passam a ser adjuntos da redação do impresso e a contar com os mesmos benefícios⁵. Atentos a essa tendência, Salaverria e Negrodo (2008) realizaram um estudo sobre a convergência em oito dos maiores jornais na internet, incluindo o *Clarín.com*.

O Grupo Clarín, proprietário do impresso e do jornal online mais lido da Argentina (*Clarín.com*), iniciou em 2007 seu processo de integração das redações (papel e web). A partir de 2008, as mudanças resultaram não só em uma nova fisionomia da redação central (situada no mesmo edifício do jornal impresso, em Buenos Aires, com duas novas mesas centrais de edição e um estúdio de televisão), como na forma de fazer jornalismo. Após ser integrada, a redação tradicional passou a dirigir também a página do *Clarín.com*⁶, modificando a forma de editar, publicar e

⁵ Disponível em

<http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/04/06/imprensa34857.shtml>. Acesso em 8 abr. 2010

⁶ O *Clarín.com* tem 11 milhões de visitantes únicos mensais e 1,2 milhão diários, é o 10º sítio mais visto da América Latina, enquanto o webjornal *La Nación* está em 17º lugar no ranking. Dados disponíveis em <<http://diplocom.wordpress.com/programa/modulo-3-integracion-de-redacciones-%C2%BFes-posible-lograrla/>>. Acesso em: 23 nov. 2009; e <<http://www.alexa.com/topsites/countries/AR>>. Acesso em 25 fev. 2010.



organizar os conteúdos, passando de formatos de minuto a minuto para os de informação hierarquizada⁷.

De acordo com o editor geral do Clarín, Ricardo Kirschbaum, o processo se guiou por quatro premissas principais: redação aberta 24 horas e sete dias por semana; aumento da produtividade multiplataforma; polivalência de funções do jornalista; e interatividade contínua com os leitores (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008). Para conhecer os principais modelos de fusão, o editor participou da reunião da Associação Mundial de Jornais (WAN, na sua sigla em inglês) em 2008 na Suécia, e convenceu-se de que o processo não era possível sem uma mudança arquitetônica que adaptasse a sala de redação às rotinas do novo jornalismo multimidiático. Assim, uma nova Mesa Central de Redação reúne os editores-chefes e, junto a ela, a Mesa Contínua de Informação – com 10 postos de trabalho cada – é ocupada por pessoas com distintas funções que operam o *Clarín.com*. A integração total das equipes de trabalho não tem prazo para conclusão.

A tarefa contou também com consultoria externa e a participação de Darío D’Atri, editor-chefe do *Clarín.com* e membro da Mesa Central de editores do Clarín, encarregado de supervisionar a integração em aspectos como a relação com os editores, a troca de material entre o impresso e o online e a correta implantação do projeto. Ele também organizou conversas com especialistas em convergência e jornalismo digital para ambas as redações. Em entrevista⁸ concedida durante o Segundo Diplomado Internacional en Periodismo Digit@l – evento promovido em novembro de 2009 pela Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, no México – D’Atri afirma que o comprometimento da direção do diário com a integração é fundamental.

“Em nosso caso, a diretoria definiu que o jornalismo vai produzir diferentes conteúdos para distintas plataformas. Onde não existe esse compromisso da direção da empresa o processo é mais difícil porque há resistências naturais, produtos de diferenças culturais muito fortes no ambiente jornalístico. Pessoas do impresso têm mais dificuldade de

⁷ Conforme informações publicadas no blog do Segundo Diplomado Internacional en Periodismo Digit@l. Disponível em <<http://diplocom.wordpress.com/bienvenida/>>. Acesso em: 23 nov. 2009

⁸ Disponível em: <<http://diplocom.wordpress.com/programa/modulo-3-integracion-de-redacciones-%C2%BFes-posible-lograrla/>>. Acesso em: 23 nov. 2009



compreender as características da web. Hoje os jornalistas do Clarín vão para a rua e fazem áudio ou vídeo”.

A capacitação da equipe incluiu treinamentos em produção e edição de vídeos, com início em março de 2008. Antes da integração, os escritórios do *Clarín.com* ficavam em um edifício independente, mas a partir de julho daquele ano, o primeiro grupo de pessoas do meio digital chegou à redação central. Em agosto, um segundo grupo e, em setembro, o terceiro. No total, 35 pessoas se somaram às que já estavam na sede do impresso, especialmente das áreas de design, infografia, imagens e vídeos que se fundiram com os fotógrafos do Clarín. Atualmente, há uma equipe quase exclusiva da web e outra que se integrou à redação e trabalha para vários meios do grupo. Os webjornalistas começam a escrever para o papel e acabam “contagiando” o resto da seção paulatinamente, ensinando-os como editar e produzir material (como vídeos) para web. No entanto, a equipe responsável pelos *Especiales Multimedia* continua em prédio separado da redação central.

Conforme D’Atri, todas as alterações visam aumentar a oferta de conteúdos, inclusive em plataformas móveis⁹; buscar sinergia entre as equipes da redação; desenvolver o novo perfil de jornalista desejado pela empresa (repórteres, redatores e editores capazes de produzir material jornalístico multiplataforma, ou seja, que se adaptem ao papel, internet, *podcast*, celulares, etc.); e alterar processos operacionais para que a produção possa se estender por 24 horas nos sete dias da semana (SILVEIRA, 2009). Salaverría e Negredo (2008), entretanto, advertem que concentrar em uma só pessoa o trabalho de reportagem, fotografia, gravação de áudio e vídeo, redação e edição de texto, e edição fotográfica e audiovisual para várias plataformas em uma mesma jornada de trabalho é inviável. Mas a presença de profissionais polivalentes também ajuda a criar equipes para coberturas multiplataforma de qualidade. Um dos principais resultados foi a inversão de 20% para 80% na quantidade de produção exclusiva diante do material de outras empresas do grupo empresarial. A meta do *Clarín.com* é chegar a 100% de material próprio, limitando a participação dos parceiros aos links e às colaborações especiais. O editor online Marcelo Franco persegue outro objetivo: focar o conteúdo em três tipos de produções noticiosas, sem abdicar dos especiais multimídia: “Deveremos ter 33% de notas com uma linha-título de 30

⁹ Disponível em: < <http://www.medios.org.ar/?p=137>>. Acesso em: 25 nov. 2009



caracteres e um lide de 10 palavras; 33% de vídeos-crônicas, entre 30 segundos e três minutos; e 33% de material ao vivo. Hoje, essa relação, pela ordem, está em 70, 28 e 2 por cento” (in SILVEIRA, 2009).

O editor geral adjunto do diário, Ricardo Roa, lembrou em um seminário que os sítios jornalísticos costumam ter êxito de audiência, mas não de publicidade. Segundo ele, de cada 100 pesos arrecadado por um diário impresso, as versões digitais recebem de 3 a 6 pesos. Assim, a redução de custos faz parte da integração, mas a convergência vai além: “cada empresa busca seu próprio modelo, dependendo do tamanho dos meios, da maturidade de sua presença no mercado e da decisão e características de quem a leva adiante” (in SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008: 144).

4. Considerações finais

O amplo processo de convergência tecnológica e cultural pelo qual passa a sociedade contemporânea tem consequências diretas sobre a forma como o jornalismo vai se configurar na web e também sobre as funções desempenhadas pelo jornalista. Como apontam autores estudados aqui e vários outros, as características de multimídia, hipertextualidade e instantaneidade exigem um novo perfil de jornalista, capaz de produzir materiais para várias plataformas em múltiplos formatos, além de estar apto a aprender novas técnicas e narrativas, utilizando todos os recursos midiáticos disponíveis.

A mudança de cenário - cada vez mais competitivo - e das características do público (fugaz, multiplataforma, com participação ativa no processo de construção da informação jornalística) exigiu uma readaptação das empresas que vem se traduzindo em uma tendência à unificação de redações, estratégia conhecida como integração. Esse fenômeno parece facilitar a comunicação entre as equipes, viabilizar coberturas jornalísticas diferenciadas e apresentar distintos produtos com maior profundidade informativa, como é o caso dos especiais multimídia. Tais mudanças, no entanto, não ocorrem sem conflitos. Assim, esperamos que o estudo de caso sobre *Cayucos* possa revelar mais claramente como os fatores originados da convergência tecnológica influenciam os especiais multimídia do *Clarín.com*, tanto do ponto de vista da produção quanto do perfil profissional da equipe.



REFERÊNCIAS

BASTOS, Helder. **Jornalismo eletrônico: internet e reconfiguração de práticas nas redações**. Coimbra: Minerva, 2000. 211 p.

BRUNS, Axel. **Gatewatching**. New York: Peter Lang Publishing, 2005. 330 p.

CRUCIANELLI, Sandra. **Herramientas digitales para periodistas**. Knight Center for Journalism in the Américas, 2010. Disponível em: <<http://knightcenter.utexas.edu/hdpp.php>>. Acesso em: 17 fev. 2010.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003. 120 p.

GUNTER, Barrie. **News and the net**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003. 218 p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008. 380 p.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001. 189 p.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003. 183 p.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias online**. 3ª ed. São Paulo: Senac, 2007. 280 p.

NOCI, Javier Díaz; SALAVERRÍA, Ramón (Org.). **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Ariel Comunicación, 2003. 589 p.

PEREIRA, Fábio Henrique; MORAES, Francilaine Munhoz. **Mas afinal, Internet é mídia?** In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, 2003.

SALAVERRIA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Sol90media, 2008. 188 p.

SALAVERRIA, Ramón. **Redacción periodística en internet**. Pamplona: Eunsa, 2005. 184p.

_____. Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**, Quito, n. 86, p.38-45, jun. 2004. Trimestral. Disponível em: <<http://chasqui.comunica.org/content/view/102/59/>>. Acesso em: 17 jun. 2009.

SILVEIRA, Mauro César. A história de independência do Clarín.com e as mudanças no processo de convergência com o jornal impresso. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 21, p.37-56, 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/9549/7389>>. Acesso em: 22 mar. 2010.

URETA, Ainara Larrondo. El reportaje se reinventa en la red: estructura del reportaje hipertextual. **Revista Latina de Comunicación Social**, Tenerife, n. 57, jan-jun. 2004. Disponível em: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040357larrondo.htm>>. Acesso em: 17 jan. 2010.

WARD, Mike. **Jornalismo online**. São Paulo: Roca, 2006. 210 p.