



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ - UFPI
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO - CCE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - PPGCOM

JOÃO DIEGO BARBOSA LOPES

**MARCAS DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NO WEBJORNALISMO
PIAUIENSE: ANÁLISE DOS PORTAIS DE NOTÍCIAS CIDADE VERDE E G1/PI**

TERESINA

2019

JOÃO DIEGO BARBOSA LOPES

**MARCAS DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NO WEBJORNALISMO
PIAUIENSE: ANÁLISE DOS PORTAIS DE NOTÍCIAS CIDADE VERDE E G1/PI**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí como requisito para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Portela de Carvalho

TERESINA

2019

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Comunitária Jornalista Carlos Castello Branco
Serviço de Processamento Técnico

L864m Lopes, João Diego Barbosa.
Marcas do processo de convergência no webjornalismo
piauiense: análise dos portais de notícias Cidade verde e
G1/PI./João Diego Barbosa Lopes. – 2019.
133 f.: il.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do
Piauí, Programa de Pós-Graduação em Comunicação –
PPGCOM, Teresina, 2019.

“Orientação: Profa. Dra. Cristiane Portela de Carvalho”.

1. Portais de notícias – Cidade verde. 2. Portais de
notícias -G1/PI. 2. Webjornalismo. I. Título.

CDD: 070.4

JOÃO DIEGO BARBOSA LOPES

**MARCAS DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NO WEBJORNALISMO
PIAUIENSE: ANÁLISE DOS PORTAIS DE NOTÍCIAS CIDADE VERDE E G1/PI**

**Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade
Federal do Piauí, em cumprimento às exigências para
obtenção do título de Mestre em Comunicação**

Cristiane Portela de Carvalho
PROFA. DRA. CRISTIANE PORTELA DE CARVALHO
Presidente

Maria das Graças Targino Moreira Guedes
PROFA. DRA. MARIA DAS GRAÇAS TARGINO MOREIRA GUEDES
Examinadora

Juliana F. Teixeira
PROFA. DRA. JULIANA FERNANDES TEIXEIRA
Examinadora

*A minha família que acompanha minha jornada,
acreditando em cada passo e decisão tomada e por
serem fonte de amor, apoio, carinho constante.
Aos meus amigos que são fonte de alegria, risos
e motivação para enfrentar os desafios e
aproveitar as aventuras que vida nos dá.*

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente à minha família, a qual sou eternamente grato, em especial aos meus pais, Ivone da Silva Barbosa Lopes e Joniel Jonny da Cunha Lopes, pelo amor incondicional, pelas palavras de motivação e pela presença de vocês que foram essenciais até a presente jornada para todas as minhas conquistas. À eles, meu obrigado eterno. Aos meus avôs, Renato Teixeira Lopes (*in memoriam*), João Antônio Barbosa e às minhas avós Gilce Teixeira Lopes e Hilda da Silva Barbosa por serem os melhores avôs e avós que alguém poderia ter.

Agradeço também, de forma especial, à minha companheira Viviana Vieira Pimentel que é meu porto seguro de todos os dias e também fonte inesgotável de amor, motivação e compreensão. Você é parte essencial dessa conquista e eu não tenho palavras suficientes para agradecer o quanto sua presença e apoio dado durante estes anos que estamos juntos foram cruciais para nosso amor e nossas conquistas. Te amo!

Assim também agradeço de forma carinhosa, à minha cachorra Charlotte, que faz companhia para mim e Viviana, e que apesar de não saber ler, ainda sim, agradeço, pois em muitos momentos (praticamente todo tempo), foi fonte de amor incondicional e de companheirismo, no qual em momentos que ficava sozinho, escrevendo, relendo xerox, livros, lá ela ficava fixa, me acompanhando durante os dias de escrita próxima à mesa, latindo ou pedindo carinho.

Ao meu irmão Joniel Jonny da Cunha Lopes Filho, pela nossa fraternidade querida ao longo de todos estes anos.

À minha querida amiga Kary Emanuelle Reis Coimbra pelas palavras de compreensão e motivação essenciais para minha conquista e por ser sempre para mim um grande exemplo a se seguir como pessoa e profissional! Obrigado!

À minha orientadora, Professora Doutora Cristiane Portela de Carvalho, por todos os ensinamentos a mim dados desde a graduação (10 anos já), pela compreensão, pela amizade e por acreditar em mim e no meu potencial, meu muito obrigado! Nada disso seria possível sem seu apoio, sua orientação constante e sua sabedoria.

Agradeço também a todo o corpo de funcionários e professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI, pela partilha de apoio e conhecimento que pude ter durante os anos do Mestrado. A vocês, meu obrigado!

Obrigado também a todos os amigo(a)s do Mestrado, em especial, a minha turma composta por pessoas maravilhosas. Compartilhamos momentos de alegria, animação, tensão e de grandes mudanças que nos amadureceram e nos tornaram mais preparados para o mundo.

Emile, Samantha, Sâmia, Antônio, Edison, Vanessa, Hosana, Rute, Maria Clara, Marcela vocês são incríveis e eu agradeço a honra de ter compartilhado convívio com cada um de vocês.

Por fim, agradeço carinhosamente a todos, que de forma direta ou indireta, torceram por mim. Obrigado. Amo todos vocês! E *May the Force be with us!*

Lembre-se: seu foco determina a sua realidade.
Qui-Gon Jinn – Mestre Jedi

RESUMO

As práticas jornalísticas da atualidade estão inseridas nos contextos da tecnologia e do processo de convergência midiática principalmente na internet. Isto faz com que os meios de comunicação busquem a integração dos seus suportes midiáticos, reorganizando estratégias empresariais, fluxos de conteúdos e ações profissionais. Desse modo, a presente dissertação tem como **objetivo geral** analisar as marcas do processo de convergência no webjornalismo dos portais de notícias piauienses Cidade Verde e G1/PI, a fim de entender como este processo contribui para a construção dos conteúdos noticiosos dos referidos veículos. Os **objetivos específicos** são: - analisar o conteúdo noticioso dos portais, a partir das matérias, em destaque na *homepage*, originadas de outros veículos do grupo, identificando as marcas do processo de convergência; - identificar de que forma as estratégias jornalísticas e empresariais de convergência são adotadas e postas em práticas nos portais; - comparar os aspectos positivos e negativos das marcas do processo de convergência praticado pelos portais. Parte-se, assim, das seguintes **hipóteses** de pesquisa: - os portais Cidade Verde e G1/PI apresentam em seus conteúdos noticiosos características de um webjornalismo marcado pela simples transposição de conteúdos entre veículos do mesmo grupo, com pouca ou nenhuma adaptação de linguagem específica para a web, o que reflete uma redundância nas matérias publicadas; - os profissionais que trabalham nos referidos portais, na maioria das vezes, conhecem estratégias eficientes para realizarem a convergência de acordo com o que recomendam os estudiosos da área, mas não incorporam tais estratégias às rotinas de produção noticiosa; - tanto o portal Cidade Verde como o G1/PI veiculam conteúdos noticiosos com características multiplataforma, integrando suportes distintos do mesmo grupo, mas sem adaptar de forma estratégica seus conteúdos às especificidades do ambiente online e do processo de convergência na internet. O referencial teórico inclui autores que trabalham as temáticas do webjornalismo e do processo de convergência midiática, tais como Barbosa (2002; 2005; 2009), Jenkins (2001; 2009), Salaverría (2005), dentre outros. Os procedimentos metodológicos incluem a técnica da Análise de Conteúdo (AC), para análise das matérias jornalísticas dos portais, bem como o recurso da entrevista, realizada junto aos profissionais que trabalham nos portais analisados. Conclui-se, portanto, que os portais analisados possuem fortes marcas da prática da convergência, sendo que o Cidade Verde destaca-se pelas dimensões de conteúdos e empresarial, com práticas inovadoras, enquanto o G1/PI ainda possui um tipo de webjornalismo com características de transposição de conteúdos e sem muitas inovações nas outras dimensões.

Palavras-chave: Convergência. Cidade Verde. G1/PI. Portais de notícias. Webjornalismo.

ABSTRACT

Today's journalistic practices are embedded in contexts of technology and the process of media convergence especially on the internet. This causes the media to seek the integration of their media, reorganizing business strategies content streams and professional actions. Thus, the present dissertation has as general objective to analyze the marks of the convergence process in the webjournalism of the Piauiense news portals Cidade Verde and G1 / PI, in order to understand how this process contributes to the construction of the news content of said vehicles. The specific objectives are: - to analyze the news content of the portals, from the subjects, highlighted in the homepage, originating from other vehicles of the group, identifying the marks of the convergence process; - identify how journalistic and business convergence strategies are adopted and put into practices in the portals; - compare the positive and negative aspects of the marks of the process of convergence practiced by the portals. It is based on the following research hypotheses: - the Cidade Verde and G1 / PI portals present in their news content characteristics of a webjournalism marked by the simple transposition of content between vehicles of the same group, with little or no specific language adaptation for the web, which reflects a redundancy in the published material; - the professionals who work in these portals most of the time know efficient strategies to achieve convergence according to what scholars recommend in the area, but do not incorporate such strategies into the production routines; - both the Cidade Verde portal and the G1 / PI portal carry news content with multiplatform features, integrating different media from the same group, but without strategically adapting its content to the specifics of the online environment and the internet convergence process. The theoretical framework includes authors who work on webjournalism and media convergence, such as Barbosa (2002, 2005, 2009), Jenkins (2001; 2009), Salaverría (2005), among others. The methodological procedures include the Content Analysis (CA) technique, for the analysis of journalistic material of the portals, as well as the interview resource, carried out with the professionals working in the analyzed portals. It is concluded, therefore, that the analyzed portals have strong marks of the practice of convergence, and the Green City stands out for the content and business dimensions, with innovative practices, while the G1 / PI still has a type of webjournalism with characteristics of content transposition and without many innovations in the other dimensions.

Keywords: Convergence. Cidade Verde. G1 / PI. News portals. Webjournalism

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Sebrae: Regis beneficiará cerca de 30 mil empresas no Piauí	49
Figura 02 – Inscrições para o Enem serão abertas nesta segunda (07).....	50
Figura 03 – Ex-ministro fará palestra sobre empreendedorismo em Teresina	51
Figura 04 - Margarete Coelho defende PPS e diz que o mundo está voltado para as parcerias.....	52
Figura 05 - Meirelles fala à Rádio Cidade Verde e diz Nordeste merece atenção especial	53
Figura 06 - Dadá Maravilha diz que está estaria entre os convocados de Tite e elogia treinador.....	54
Figura 07 - Elmano Férrer revela que partidos emergentes vão indicar vice na chapa	55
Figura 08 - Ciclofaixas são retiradas da Duque de Caxias e colocadas em vias paralelas..	56
Figura 09 - Livro de Cláudio Said traz história de homem que desafiou coronéis do sertão.....	57
Figura 10 - Fábio Abreu destaca falta de atenção a segurança pública.....	58
Figura 11 – TPM: Tudo pra Mulher ensina a forma correta de aplicar perfume	59
Figura 12 – Emgerpi oferece descontos de até 90% a mutuários do Programa Minha Casa Legal	62
Figura 13 – TJ julga ação que prevê suspensão de concurso para cartórios no Piauí	63
Figura 14 – Vídeo mostra ambulância sendo rebocada ao deixar paciente em hospital de Teresina.....	64
Figura 15 – OAB-PI faz vistoria em terminal e encontra falhas no sistema de integração.....	65
Figura 16 – Caminhoneiros do Piauí protestam contra aumento no preço dos combustíveis	66
Figura 17 – Motoristas impedem tráfego de caminhões em novo protesto contra alta do diesel no Piauí.....	67
Figura 18 – G1/PI – Seis presos serram grades e fogem da Central de Flagrantes de Parnaíba	68
Figura 19 – PRF reforça fiscalização com o feriado prolongado de <i>Corpus Christi</i> e Festival de Inverno	69
Figura 20 - Neta de Lampião e Maria Bonita lança livro sobre a avó em Teresina	69
Figura 21 – Casamento comunitário no Teresina em Ação acontece até hoje (8)	70

Figura 22 – Confiante com o hexa, vovó da Copa garante animação e sorte nos jogos da seleção brasileira	71
Figura 23 – Pesquisa mostra que 95% das armas apreendidas no Piauí são de fabricação nacional	72
Figura 24 – Aplicativo CV PLAY	90
Figura 25 – Recursos CV PLAY	91

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Tipos de convergência	37
Tabela 02 – AC das Matérias Jornalísticas do Portal Cidade Verde	60
Tabela 03 – AC das Matérias Jornalísticas do Portal G1/PI.....	73
Tabela 04 – Recurso multimidiático.....	93
Tabela 05 – Tipo de conteúdos.....	94
Tabela 06 - Tipo de convergência	95

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 WEBJORNALISMO: ASPECTOS CONTEXTUAIS E PRÁTICOS.....	17
2.1 Webjornalismo e suas fases evolutivas	19
2.2 Características do webjornalismo	23
2.2.1 Interatividade	23
2.2.2 Customização de conteúdos.....	24
2.2.3 Hipertextualidade.....	24
2.2.4 Multimídia lidade	24
2.2.5 Memória	25
2.2.6 Instantaneidade	25
2.3 Sites jornalísticos	26
2.4 Portais de notícias.....	27
2.4.1 O tempo real do jornalismo	28
2.5 Estratégias atuais do webjornalismo	29
2.5.1 O processo de convergência no contexto do webjornalismo.....	30
3 CONVERGÊNCIA: PANORAMA E DESDOBRAMENTOS	32
3.1 Convergência: conceitos.....	32
3.1.1 Práticas jornalísticas e marcas de convergência.....	35
3.2 Convergência jornalística: conceito e dimensões.....	37
3.2.1 Dimensão tecnológica	38
3.2.2 Dimensão empresarial	39
3.2.3 Dimensão de conteúdos	41
3.2.4 Dimensão profissional	42
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	44
4.1 Análise de conteúdo	44
4.1.1 Categorias de análise	45
4.2 Entrevista	46
4.3 Estudo comparativo	47
4.4 Os portais de notícias analisados.....	48
5 MARCAS DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NAS NOTÍCIAS DOS PORTAIS CIDADE VERDE E G1/PI.....	49
5.1 Análise das matérias do portal Cidade Verde (CV)	49
5.2 Análise das matérias do portal G1/PI.....	52

6 MARCAS DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NA PERSPECTIVA DOS PROFISSIONAIS QUE TRABALHAM NOS PORTAIS CIDADE VERDE E G1/PI.....	76
6.1 A importância do portal dentro do grupo de comunicação.....	76
6.2 Tipos e dimensões da convergência na visão dos profissionais	80
6.2.1 Tipo de convergência.....	82
6.2.2 Dimensão da convergência.....	84
6.2.2.1 <i>De conteúdos</i>	84
6.2.2.2 <i>Tecnológica</i>	85
6.2.2.3 <i>Empresarial</i>	86
6.2.2.4 <i>Profissional</i>	87
7 ANÁLISE COMPARATIVA DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA PRATICADO PELOS PORTAIS CIDADE VERDE E G1/PI	92
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	98
REFERÊNCIAS	101
APÊNDICES	107
ANEXOS	127

1 INTRODUÇÃO

Em todo o mundo, a prática do jornalismo e seus mercados vêm passando por transformações desde o surgimento da internet, fenômeno que ganha mais forças com a globalização. Com a emergência de novas práticas relacionadas às tecnologias e à comunicação, diversas empresas, hoje, ligadas ao jornalismo, trilham caminhos e direções permeados por fenômenos ligados ao processo da convergência, sendo este um dos processos que tem reorganizado e reestruturado empresas midiáticas, que buscam formas de consolidarem seus públicos, adaptando-se a este cenário.

Vive-se atualmente em um contexto cujas principais forças de evolução são a comunicação, as tecnologias e os desdobramentos dessa relação. No jornalismo, esses desdobramentos são visíveis nas alterações das próprias práticas profissionais. Neste ambiente, surge uma oportunidade para que os diversos meios de comunicação comecem a alterar e expandir suas ações e práticas jornalísticas através do processo de convergência e das novas tecnologias.

O advento da internet possibilitou também novas interações e novas formas de produzir e divulgar conteúdos, com maior alcance, maior velocidade e maior diversificação. A forma de fazer jornalismo converge para uma linguagem que inclui as especificidades de cada meio e a internet tem sido força propulsora de mudanças para integração das mídias e de seus conteúdos, resultando em um processo de convergência.

Jenkins (2009) caracteriza a convergência para além do aspecto tecnológico, ao afirmar que nunca haverá o que a indústria propaga como um único aparelho transmitindo todo o conteúdo de notícias e entretenimento. O autor define a convergência como um processo contínuo e bem mais complexo do que se possa imaginar, pois “altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e público” (JENKINS, 2009, p. 43).

Além disso, o processo de convergência aponta um caminho para que as empresas de comunicação se reestruturem, a fim de conquistarem novos mercados. Sobre a prática do processo de convergência no jornalismo, Salaverría e Negredo (2008) dizem que este processo integra diversos elementos, como plataformas, conteúdos e linguagens específicas para cada mídia. Apesar das inovações, todo o processo de convergência inserido no webjornalismo passa por adaptações que, muitas vezes, apresentam características iniciais de implementação, pois a aplicação de um cenário convergente leva em conta diversos elementos que atuam de forma sinérgica. As empresas jornalísticas, ao buscarem a melhor maneira de atingir clientes, têm observado quais ferramentas funcionam melhor, a fim de renovar seus

modelos comunicativos. Esta é uma tendência pela qual os meios de comunicação aderem, utilizando a internet como canal distributivo de seus produtos e agregando diversas mídias em um processo de convergência.

Frente a este contexto, esta pesquisa pretende responder o seguinte **problema**: - Como as marcas do processo de convergência aparecem no webjornalismo piauiense praticado pelos portais noticiosos Cidade Verde e G1/PI?

Para tanto, o **objetivo geral** do trabalho é analisar as marcas do processo de convergência no webjornalismo dos portais de notícias piauienses Cidade Verde e G1/PI, a fim de entender como esse processo contribui para a construção dos conteúdos noticiosos dos referidos portais. Os **objetivos específicos** são: - analisar o conteúdo noticioso dos portais, a partir das matérias, em destaque na *homepage*, originadas de outros veículos do grupo, identificando as marcas do processo de convergência; - identificar de que forma as estratégias jornalísticas e empresariais de convergência são adotadas e postas em práticas nos portais; - comparar os aspectos que especificam cada uma das marcas do processo de convergência praticadas e adotadas pelos portais.

Parte-se, assim, das seguintes **hipóteses** de pesquisa: - os portais Cidade Verde e G1/PI apresentam em seus conteúdos noticiosos características de um webjornalismo marcado pela simples transposição de conteúdos entre veículos do mesmo grupo, com pouca ou nenhuma adaptação de linguagem específica para a web, o que reflete uma redundância nas matérias publicadas; - os profissionais que trabalham nos referidos portais, na maioria das vezes, conhecem estratégias eficientes para realizarem a convergência de acordo com o que recomendam os estudiosos da área, mas acabam por não incorporarem tais estratégias às rotinas de produção noticiosa, resultando em um quantitativo de matérias que se repetem, com característica da primeira fase do webjornalismo; - tanto o portal Cidade Verde como o G1/PI veiculam conteúdos noticiosos com características multiplataforma, integrando suportes distintos do mesmo grupo, mas sem adaptar de forma estratégica seus conteúdos às especificidades do ambiente online e do processo de convergência na internet.

Considerando que o jornalismo, como um todo, e o webjornalismo, em particular, passam por diversas transformações, seja na forma de produzir notícias, seja na forma de divulgá-las, é imprescindível, portanto, estudos sobre o webjornalismo realizado no Piauí principalmente nos aspectos relacionados ao uso das novas tecnologias e aos processos de convergência, pois reconfiguram e reorganizam práticas culturais, econômicas e sociais.

Com a emergência de novas abordagens e novas práticas relacionadas ao jornalismo, os variados grupos midiáticos trilham hoje caminhos permeados pelos processos de inovação

e diversificação de conteúdos, ampliação da circulação destes por meio de múltiplas plataformas, que remetem ao processo de convergência jornalística, no espaço da internet, reorganizando as empresas de comunicação, seja na produção de conteúdos, seja nas estratégias profissionais ou empresariais adotadas pelas empresas.

A escolha por estudar os portais de notícias piauienses Cidade Verde e G1/PI deve-se ao fato de que eles obedecem a padrões estratégicos de jornalismo diferenciados, pois enquanto o G1 PI segue padrões de referência nacional, o Cidade Verde não está vinculado a nenhum grupo de comunicação nacional. Assim, a pesquisa proporciona reflexão mais aprofundada acerca das marcas do processo de convergência presentes no webjornalismo destes grupos midiáticos, permitindo aos profissionais da área do jornalismo e comunicação, uma análise mais específica sobre um processo do qual utilizam ou não da melhor forma, mantendo os aspectos positivos e melhorando os aspectos que ainda não estão de acordo com a prática de convergência apontada pelos estudiosos da área como eficaz.

A dissertação apresenta, assim, oito capítulos. O primeiro – **Introdução** – apresenta o tema, o problema, a justificativa, os objetivos e as hipóteses da pesquisa. O segundo, com o título **Webjornalismo: aspectos contextuais e práticos**, trata das características e das fases do jornalismo praticado na internet, bem como do contexto que estabelece sua relação com o processo de convergência. O terceiro capítulo, intitulado **Convergência: panorama e desdobramentos**, apresenta panorama relacionado às especificidades e dimensões do processo de convergência. O quarto - **Procedimentos Metodológicos** - é o capítulo que apresenta a metodologia utilizada na pesquisa, de natureza empírica, com abordagem e caráter qualitativo, com emprego da técnica da Análise de Conteúdo (AC) para analisar as notícias dos portais piauienses Cidade Verde e G1/PI, bem como utiliza a entrevista semiestruturada junto aos profissionais diretamente envolvidos com o webjornalismo dos portais analisados. O quinto capítulo, com o título **Marcas do Processo de Convergência nas Notícias dos Portais Cidade Verde e G1/PI**, apresenta a análise das matérias jornalísticas dos portais de notícias piauienses Cidade Verde e G1/PI originadas de outros veículos dos respectivos grupos, identificando as marcas do processo de convergência. O sexto capítulo, cujo título é **Marcas do Processo de Convergência na Perspectiva dos Profissionais que Trabalham nos Portais Cidade Verde e G1/PI**, traz a análise das entrevistas realizadas com os profissionais dos veículos estudados. O sétimo capítulo, intitulado **Análise Comparativa do Processo de Convergência Praticado pelos Portais Cidade Verde e G1/PI**, faz uma análise comparativa do processo de convergência praticado pelos portais analisados. Por fim, no oitavo capítulo desta dissertação, seguem as **Considerações Finais**.

2 WEBJORNALISMO: ASPECTOS CONTEXTUAIS E PRÁTICOS

Segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia¹, a internet é bastante utilizada pelos cidadãos brasileiros para obterem informações, pois quase metade dos entrevistados (49%) da pesquisa nacional menciona em primeiro ou segundo lugar a rede mundial de computadores como meio para “se informar mais sobre o que acontece no Brasil”. Isto representa, em certos aspectos, o interesse da população brasileira cada vez maior em se informar pela internet. Assim, o webjornalismo, por meio dos portais de notícias, estabelece-se como fonte de informação para quem busca atualizações sobre os fatos do cotidiano.

Pensar no webjornalismo dos dias atuais é pensar nas mudanças ocorridas no cenário comunicacional e tecnológico, principalmente a partir das últimas duas décadas do século XX, e no próprio modo de fazer jornalismo, com maior velocidade na atualização das notícias, mudanças nos estilos de narrativas, ampliação do acesso do público, dentre várias outras mudanças. O jornalismo sempre se adapta às evoluções tecnológicas e sociais, adquirindo novas formas e dinâmicas de produção e divulgação de conteúdos. No que diz respeito às tecnologias, Barbosa (2005, p. 02) ressalta que “o webjornalismo é a modalidade na qual as novas tecnologias já não são consideradas apenas como ferramentas, mas, sim, como constitutivas dessa prática jornalística”.

Canavilhas (2003) destaca que este é o tipo de jornalismo que se pode fazer na web, introduzindo diferentes aspectos multimídia, alterando a produção noticiosa e os aspectos de leitura. O webjornalismo altera também as estratégias empresariais, dentre outros desdobramentos, como aponta Moherdaui (2008) afirmando que

A criação da World Wide Web [...] mudou as relações dos leitores com os jornais, dos jornais com os jornalistas e dos jornalistas com a rede. Do ponto de vista dos leitores, a web ampliou a participação na produção de conteúdo. Do ponto de vista da produção jornalística, alterou o conceito de notícia. Do ponto de vista empresarial, mudou a distribuição e a circulação de informação. (MOHERDAUI, 2008, p. 04).

¹ Os dados apurados pela Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 confirmam a importância do uso da internet como recurso para obter informação. Quase metade dos entrevistados (49%) menciona em primeiro ou em segundo lugar a rede mundial de computadores como meio para “se informar mais sobre o que acontece no Brasil”. O percentual marca a ultrapassagem da internet sobre o rádio, como segundo meio de informação preferencial. Ainda na comparação direta com o rádio, a internet fica em desvantagem, pois nas declarações sobre a utilização de nenhum meio para se informar, 37% dos respondentes afirmam não utilizar a web, quatro pontos percentuais a mais do que a não utilização do rádio (33%). Disponível em: <<http://pesquisademidia.gov.br/>>. Acesso em: 15 de fev./2018.

Desde o início, a Internet tem se desenvolvido estabelecendo novas propostas de ação e produção para o jornalismo e para quem a utiliza dentro de um espaço específico. Pinho (2000) define que a internet é instrumento de informação e transformação.

A Internet é uma ferramenta de comunicação bastante distinta dos meios tradicionais – televisão, rádio, cinema, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias – não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da Internet como instrumento de informação. (PINHO, 2000, p. 49).

A Internet agrega novas formas de interação com o leitor e com o jornalismo, ampliando a comunicação entre os públicos, potencializado a produção de conteúdo, o compartilhamento de informação e integrando os suportes midiáticos da nossa sociedade.

No início, o jornalismo produzido na web incluía apenas a versão digital dos impressos, mas hoje evoluiu para aspectos estratégicos mais amplos e complexos, envolvendo a integração multimidiática e buscando enriquecer aspectos da produção noticiosa.

Após o uso inicial da Internet para fins militares, ela passou a ser mais comercial. Maigret (2010) pontua que a Internet foi apropriada pelo mundo mercantil, lançando sobre ela uma ótica e lógica publicitária, financeira, colocando-a sobre novas perspectivas de uso.

Com a divulgação e ampliação do uso das tecnologias comunicacionais, empresas, órgãos governamentais, organizações e diversas outras instituições sociais expandiram-se para a Internet, estendendo seus conteúdos para o meio. No caso do jornalismo, ele

marca sua presença na World Wide Web oferecendo informação e conteúdo, em especial nos sites de jornais e revistas impressas que migraram para a rede mundial, nos sites de agências de notícias, nos sites noticiosos especializados, nos portais e nos sites de instituições e empresas comerciais. (PINHO, 2003, p.113).

Regis (2011) destaca que, historicamente, o webjornalismo começou a apresentar forma no Brasil quando o Jornal do Brasil lançou seu site e, na mesma época, o Grupo Estado também lançou a versão eletrônica de suas publicações.

Assim, para chegar ao estágio atual, o webjornalismo passou por fases, que são pontuadas por Mielniczuk (2000, p. 02-03) da seguinte forma:

Num primeiro momento do jornalismo online na Web, que no Brasil ocorreu a partir de 1995, os produtos oferecidos, em sua maioria, eram transposições de partes (matérias ou editoriais) de grandes jornais impressos, que passavam

a ocupar o espaço na Internet. Com o aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da Internet no País, e seguindo uma tendência mundial, pode-se identificar uma segunda fase do jornalismo online. Trata-se de quando o produto jornalístico online ainda está muito atrelado ao modelo do jornal impresso, porém já ocorrem experiências na tentativa de explorar as características de conectividade e multimídia oferecidas pela rede, correspondendo aproximadamente ao final do ano de 1997 e início de 1998. As versões online começam a apresentar um link com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates; as notícias passam a ser elaboradas com recursos de multimídia e hipertexto.

O fazer jornalístico na Internet encontra-se, portanto, em constante evolução, potencializado pelo desenvolvimento constante de ferramentas tecnológicas, que influenciam diretamente na produção noticiosa, a depender de transformações empresariais. Por isso, a notícia, como forma resultante dessas mudanças, adquire novas características, novas formas e novas possibilidades de disseminação.

Muitas emissoras de rádio e televisão, por exemplo, já apostam nas variadas possibilidades da web e adotam a inserção de seus conteúdos nos portais de notícias criados para tal finalidade. A adaptação dos meios de comunicação a esta realidade, em alguns casos, torna-se questão de sobrevivência econômica. A internet impõe, assim, novos desafios aos meios tradicionais (impressos, rádio e televisão), que buscam se adaptar às mais diversas formas de produção noticiosa, para interagir com o público e, por meio da multimídia, criar elos que favoreçam a integração entre os meios tradicionais e a internet, onde ela se adapta e abre oportunidade para novas formas de jornalismo.

As transformações nos modos de distribuição dos conteúdos e de relacionamento do espectador com as mídias tradicionais no ambiente de convergência têm sido tão rápidas e radicais que, enquanto ainda nos esforçamos para entendê-las, o modo mais fácil de descrever esses processos de mudanças por que passam os meios massivos é postular o seu fim. Fala-se cada vez mais do fim do jornal, no fim do livro, no fim do cinema, no fim do rádio e, como não podia deixar de ser, no fim da televisão, a principal mídia de massa do século XX. (FECHINE, 2014, p. 114).

2.1 Webjornalismo e suas fases evolutivas

Para entender as dinâmicas do webjornalismo atual, é necessário entender as etapas pelas quais o mesmo passou. Mielniczuk (2003) propõe três fases do webjornalismo, envolvendo aspectos do conteúdo. A primeira é a fase de transposição; a segunda da metáfora e a terceira fase de exploração das características da web. A autora explica que é possível

encontrar etapas misturadas e que elas não são excludentes entre si, pois “podemos encontrar publicações jornalísticas para a web que se enquadram em diferentes gerações e, em uma mesma publicação, podemos encontrar aspectos que remetem a gerações distintas” (MIELNICKZUK, 2003, p.46).

Silva Jr. (2001) destaca três estágios do webjornalismo: transpositivo, perceptivo e hipermediático. Cada uma destas etapas é marcada pela evolução da tecnologia. Na primeira, havia a simples digitalização dos conteúdos do impresso para a web; na segunda, já havia a produção de conteúdos exclusivos para Internet; a terceira envolve a utilização dos recursos multimídia e de hipertextualidade.

Modelo transpositivo: eminentemente presente nos primeiros jornais online onde a formatação e organização seguia diretamente o modelo do impresso. Trata-se de um uso mais hermético e fiel da ideia da metáfora, seguindo-se muito de perto o referente pré-existente como forma de manancial simbólico disponível. Modelo perceptivo: num segundo nível de desenvolvimento, há uma maior agregação de recursos possibilitados pelas tecnologias da rede em relação ao jornalismo online. Nesse estágio, permanece o caráter transpositivo, posto que, por rotinas de automação da produção interna do conteúdo do jornal, há uma potencialização em relação aos textos produzidos para o impresso, gerando o reaproveitamento para versão online. No entanto, há a percepção por parte desses veículos, de elementos pertinentes a uma organização da notícia na rede. Modelo hipermediático: o uso intensificado de recursos hipertextuais, a convergência entre suportes diferentes (multimodalidade) e a disseminação de um mesmo produto em várias plataformas e/ou serviços informativos. (SILVA JR., 2001, p. 03).

As características do modelo transpositivo estão ligadas à fase inicial do webjornalismo, em que havia apenas a transposição de conteúdos dos impressos para a web. No segundo momento, na fase perceptiva, ainda são mantidas algumas características da fase transpositiva, porém utilizando elementos como *links*, *e-mails*, *chats*, dentre outros. Na terceira, a hipermediática, são lançados os recursos hipertextuais e as características que marcam a convergência.

É muito interessante observar as primeiras experiências realizadas: o que era chamado então de jornal on-line, na web, não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias. Esse material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso. (MIELNICKZUK, 2003, p. 32).

Alves (2001) alerta que a simples ação de transpor conteúdos, distribuir notícias sem adequações, sem novas estruturas, não deu certo em vários aspectos.

Já era popular entre executivos desses jornais o conceito de que o negócio de um jornal não é botar tinta em papel, mas sim distribuir informação. Ao inventar o jornal na Internet, os jornais acharam de início que era possível simplesmente transferir seu modelo de negócio e seu conteúdo para o novo meio. Ignoravam, assim, as características e as limitações da comunicação mediada por computadores. Nenhuma surpresa, portanto, que essa simples transferência de produto de um formato a outro não tenha dado certo. (ALVES, 2001, p. 01).

Mielnickzuk (2003) acrescenta que nesta primeira fase do webjornalismo, a rotina produtiva está atrelada diretamente ao modelo produtivo do jornal impresso, sem haver uma preocupação direta em buscar uma forma inovadora ou diferenciada de apresentação das narrativas jornalísticas. Os efeitos desta prática refletiram em conteúdo pouco diversificado, repetitivo, lançado sem o intuito de informar mais, mas de apenas informar a mesma coisa por outro suporte. Esse período transpositivo ocupou-se assim de uma repetição integral dos conteúdos de veículos impressos para a web, sem uma preparação para o novo ambiente.

A segunda fase é marcada por um webjornalismo ainda dependente do modelo impresso, onde se observam algumas mudanças na dinâmica produtiva, que já utiliza outros recursos disponíveis (como *links*) e aposta na interação entre leitor e jornalistas (por meio de chats, fóruns e do e-mail).

Ao mesmo tempo em que se ancoram no modelo do jornal impresso, as publicações para a web começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como links com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o e-mail passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates e a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. (MIELNICKZUK, 2003, p.34).

A terceira fase representa um novo passo na produção do webjornalismo, pois se ampliam as características e as dinâmicas produtivas. Há a presença de conteúdos exclusivos para internet, com possibilidade de utilização de recursos multimídia, como fotos, infográficos, áudios e vídeos, além da constante atualização de informação. O enriquecimento narrativo e cronológico é característica dessa produção e há maiores recursos de interatividade, como uso de fóruns, chats e enquetes. É também nesse momento que se percebe o uso da interatividade e do processo inicial de convergência multiplataformas.

Nesse estágio, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a

configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos. (MIELNICKZUK, 2003, p. 36).

O ambiente do webjornalismo nessa geração modifica-se, com novas propostas e estratégias de conteúdo e empresariais. As potencialidades oferecidas pela web passam a ser utilizadas de forma mais efetivas. As transformações tecnológicas, no entanto, não são responsáveis sozinhas pelas mudanças ocorridas nos veículos, pois, como adverte Fidler (1994),

a tecnologia somente facilita a mudança e cria oportunidades. Sem o correspondente esforço dos jornalistas e dos empresários dos meios de comunicação em melhorar a qualidade da informação e oferecer o que o público necessita e deseja, a metamorfose não será mais que uma crisálida oca. (FIDLER, 1994, p.25).

Assim, novas características ligadas à produção de notícias no webjornalismo surgem junto com esta nova geração, corroborando o modelo hipermediático e lançando novos desafios para o público e para o próprio processo produtivo, que busca um modelo de jornalismo mais aberto à colaboração e à convergência midiática. Dessa forma, o webjornalismo continua a evoluir e alguns estudiosos, como Barbosa (2008), já o categorizam como de quarta e quinta geração. A referida autora acredita que o webjornalismo de quarta geração é marcado “pela consolidação das bases de dados como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência jornalística” (BARBOSA, 2008, p. 09). Em complementação a este pensamento, Santi (2009) afirma que

o webjornalismo de quarta geração (4G) vai se utilizar de banco de dados que, devido à tecnologia internet, junto com as linguagens de programação muito dinâmicas, passaram a gerar páginas que somente existem devido às solicitações do usuário ao navegá-las; e/ou telas que podem apresentar áreas de informações flexíveis em estruturas que possibilitam a correlação de dados e de campos informativos. (SANTI, 2009, p.187).

Este é um cenário marcado, segundo Santi (2009), pela real efetivação da industrialização dos processos jornalísticos para web, característico da junção entre tecnologia e jornalismo interativo, com avanços na relação notícia/usuário. Para Schwingel (2008, p. 64), representa o uso de banco de dados nos sistemas de produção de conteúdo, com o próprio usuário no papel de produtor, ou seja, agindo por meio do jornalismo colaborativo.

Barbosa (2013) infere sobre a existência de uma quinta e atual geração no webjornalismo, ligada às redes digitais e a formatos dos dispositivos móveis.

Neste contexto, as mídias móveis, especialmente smartphones e tablets, são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. As mídias móveis são também propulsoras de um novo ciclo de inovação, no qual surgem os produtos aplicativos (apps) jornalísticos para tablets e smartphones. (BARBOSA, 2013, p. 42).

Essas potencialidades que emergem da resultante entre tecnologia, práticas e o webjornalismo revelam novos usos para o processo jornalístico, onde novas formas de produzir, distribuir e circular informação são criadas e expandidas. Os formatos de jornalismo digital surgem como forma de industrializar ainda mais esse processo, ampliando sua interação com o público, possibilitando novas formas de leitura, alcance, recepção e consumo dos conteúdos jornalísticos de uma forma geral, diferenciando-se dos meios tradicionais e potencializando as características inovadoras do webjornalismo.

2.2 Características do webjornalismo

Neste trabalho, são pontuados seis elementos presentes no webjornalismo: interatividade, customização de conteúdos, hiperterxualidade, multimídia, memória e instantaneidade, que são explicados de acordo com o pensamento de autores como Lévy (1999), Palácios (2003), dentre outros.

2.2.1 Interatividade

Relaciona-se com a capacidade do portal noticioso adaptar-se ao aspecto colaborativo do seu leitor, em que este pode exercer, inclusive, força produtiva no resultado final da notícia a ser transmitida. Sobre essa característica, Quadros (2005) também destaca que ela permite a voz ativa do usuário principalmente nas versões digitais dos meios tradicionais.

A interatividade pode acontecer das seguintes formas: troca de e-mail entre leitores e jornalistas, enquetes, comentários nas notícias, dentre outras várias possibilidades.

2.2.2 Customização de conteúdos

Esta característica ganhou forças com o advento e, posterior melhoria, das práticas discursivas do webjornalismo. Por exemplo, nos jornais impressos, sempre houve os cadernos especiais voltados para um público segmentado e específico, no caso da web, a personalização tornou-se mais individual e específica, estando relacionada principalmente aos meios e modos de navegação de cada leitor. Para Ribas (2004) a informação que pode ser personalizada por ser configurada de acordo com os interesses do usuário para obter informações específicas, sobre temas por preferência de cores, hierarquia e dados, tamanho de fonte, dentre várias outras características ligadas à customização da informação. Assim, a customização de conteúdos fortalece a relação entre canal e receptor, pois oferta a informação de acordo com a preferência do público e permite que o leitor escolha aonde e como navegar.

2.2.3 Hipertextualidade

O hipertexto permite a possibilidade de interconexão entre textos, por meio de *links*, fornecendo leituras complementares que adicionam informação ao texto originalmente acessado. O caminho traçado e percorrido é definido pelo próprio leitor.

Os assuntos podem ser trabalhados em profundidade, pois as informações são desdobradas em novos blocos de textos, como um processo amplo e conectivo. Marchuschi (2001) fala que a definição do fluxo de leituras é estipulada pelo leitor sem haver sequência fixa ou tópicos pré-estabelecidos, pois o hipertexto é um processo de leitura multisequencial, multilinearizado e inderteminado.

2.2.4 Multimídia

Conduz a novas formas de utilizar múltiplas ferramentas, como fotografias, áudios e vídeos, a fim de criar um ambiente plenamente informativo ao leitor. Palacios (2003) ressalta o conceito de forma clara que multimídia faz referência “à convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico” (p.3).

No caso da convergência, ela torna-se aspecto essencial para o desenrolar da multimídia, pois

ao iniciar o processo de convergência, as empresas periódicas aspiram entre outras coisas o enriquecimento multimídia de seus conteúdos. A

coordenação editorial multiplataforma facilita a produção de conteúdos multimídia. Na medida em que os meios impressos, radiofônicos televisivos e de Internet se colocam em comum com seus respectivos fluxos de produção e possibilitam com eles o rápido intercâmbio de suas matérias primas informativas – textos, fotografias, sons, vídeos e gráficos – a produção de conteúdos multimídia resulta de forma viável. Portanto, pode-se afirmar que a convergência é condição necessária para o desenrolar da multimídia. (SALAVERRIA; NEGREDO, 2008, p.55).

E mais, Alves (2006, p. 98) destaca aspectos de sobrevivência das empresas de comunicação, visto que “a Internet pode ser rádio, TV, jornal, revista, tudo ao mesmo tempo. [...] o jornalismo não deve mais se restringir aos mesmos limites que os meios tradicionais tinham que respeitar”.

2.2.5 Memória

Refere-se à possibilidade de acúmulo de informações no meio online. Por exemplo, um portal de notícias que possui arquivos de matérias anteriores, abre “a possibilidade de disponibilização online de toda informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação” (PALACIOS, 2003, p. 08).

2.2.6 Instantaneidade

Diz respeito às mudanças relacionadas ao consumo de notícias, que se alteraram profundamente nos últimos anos, de forma que a velocidade de produção do jornalismo teve que ser acelerada principalmente por causa das novas tecnologias relacionadas à mobilidade, à convergência e à própria internet. Bradshaw (2014) pontua que a convergência e a digitalização possibilitaram novas formas de adquirir recursos para o jornalismo e para as empresas de comunicação, além de modificar o ritmo produtivo do jornalismo que agora se encontra em um ambiente multiplataforma.

Essa característica impõe a redefinição de ações e estratégias que permitam readaptar o tempo de publicação, e onde a captação, produção e distribuição das notícias sejam constantemente remodeladas em função do instantâneo.

2.3 Sites jornalísticos

Há três tipos de sites jornalísticos, correspondentes às diferentes fases de integração dos meios tradicionais e da internet, são eles: *shovelware* (mera transposição de conteúdos do meio tradicional para a internet), *web extras* (adição de alguns serviços de atualização e/ou interatividade) e *convergence* (integração de conteúdos multimédia) (FOUST, 2005).

O *shovelware* é caracterizado principalmente pela publicação de “informação em massa, sem seleção nem adaptação ao suporte” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 58). Pode, assim, ser atrelado à transposição de conteúdos. Vale ressaltar aqui também o conceito, aplicado por Salaverría e Negredo (2008), de *repurposing*, que ultrapassa aspectos de conteúdo, havendo uma adaptação editorial expressa da matéria prima informativa, com conteúdo reciclado que tira o máximo partido das potencialidades comunicacionais próprias da nova plataforma ou suporte.

A dinâmica do *shovelware*, por exemplo, é bastante notada quando uma mesma informação aparece em dois ou mais suportes de distribuição sem alterações ou adequações, atitude presente nas primeira geração do webjornalismo, quando acontecia a simples transposição de conteúdos veiculados de outros suportes para a internet.

Canavillas (2012) critica o caminho adotado por alguns veículos, que incluem a circularidade das informações em suas práticas, onde a transposição dos conteúdos dos meios tradicionais para a web cria “uma sensação de multimidialidade que não é mais do que uma oferta tripla da mesma informação” (p.17). Esta postura é caracterizada pela subutilização das possibilidades ofertadas pela internet, visto sua capacidade multimídia, onde pode haver o enriquecimento das informações que circulam na rede, renovando e promovendo conteúdos que se complementem, e não apenas se repitam, com notícias mais contextualizadas, que incorporam as capacidades multimídias do digital, e as qualidades hipermediáticas, fluídas da comunicação online (PAVLIK, 2001). Isto se aproxima do *repurposing* que, para Salaverría e Negredo (2008), faz referência

Ao reaproveitarmos de um bem para outro fim diferente daquele para qual foi inicialmente produzido. No negócio dos meios de comunicação, designa especificamente a forma de multiplicar a rentabilidade editorial de conteúdo jornalístico [...] O *repurposing* supõe a otimização para o suporte, próprias de empresas informativas que pensam no usuário final: em outras palavras, no seu cliente. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008. p. 59).

Assim, o *repurposing* corresponde ao aproveitamento dos conteúdos de diversas mídias, utilizando as especialidades e potencialidades comunicativas de cada veículo.

2.4 Portais de notícias

O surgimento do portal de notícias está atrelado à páginas da web que possuíam ferramentas de busca, como o Cadê, famoso buscador brasileiro nos anos 2000. Porém, não demorou muito tempo para que empresas de comunicação que trabalhavam com jornalismo, percebessem as infinitas potencialidades dos portais.

Não foi preciso muito tempo para que as empresas percebessem o quão agregadores de audiência e, por conseguinte, de tráfego, de publicidade, de visibilidade para seus conteúdos, eram os portais. Até mesmo os conglomerados de mídia nacionais – de grande e médio portes – adotaram os portais como modelo de operação digital, o que, para o jornalismo, resulta numa categoria específica, a de jornalismo de portal. Partiu dos norte-americanos a ideia de criação e o próprio ‘batismo’ dos sites portais – hoje classificados em diferentes tipos. (BARBOSA, 2002b, p. 31-32).

Os grupos de comunicação empresariais visualizaram nos portais uma plataforma com possibilidade em expandir suas estratégias a novos espaços, investindo e multiplicando seus serviços a novos modelos de jornalismo e de negócios.

Portanto, as tradicionais empresas familiares brasileiras se transformaram em corporações com múltiplos interesses. Nesse novo contexto, os investidores tendem a se concentrar mais nas metas econômicas das organizações e menos no jornalismo como serviço público. A pressão pelo lucro empresarial nos portais de internet levou a um aumento da publicidade online e do espaço dedicado a notícias de entretenimentos e boletins, seguindo sugestões feitas por estrategistas de marketing. (HERCKOVITZ, 2009, p. 05).

Assim, os portais agregam valores empresariais aos seus negócios, oferecendo conteúdos próprios, de mídias integradas do mesmo grupo ou de parceiros. A diversificação de conteúdos jornalísticos dos portais é uma das suas importantes características, integralizando mídias tradicionais, como a televisão, e ampliando o espectro de informação que o leitor pode dispor.

O portal constitui-se numa poderosa variante de publicização de conteúdo na Internet, no sentido de ao mesmo tempo procurar uma maior permanência do usuário dentro de determinado site, e agregar a essa possível navegação do usuário, uma miríade de serviços que antes, senão impensada, era improvável de ser executada com eficiência técnica. (SILVA JR., 2000, p. 80).

Os portais, como no caso do Cidade Verde e do G1/PI, objetos de estudo desta pesquisa, produzem material voltados geograficamente para os leitores do Piauí, obedecendo características variadas do webjornalismo, como multimídia, personalização de conteúdo ou mesmo aspectos ligados ao processo de convergência. Isto corrobora com o que Barbosa (2002) ressalta sobre as estratégias dos portais locais, pois eles parecem cumprir a função de utilizar a informação de acordo com as características próprias do meio eletrônico (hipertextualidade, multimídia, dentre outras), como forma de “atrair os usuários de determinadas localidades para a rede, facilitando o acesso a serviços, programação cultural, notícias, turismo, lazer, entre outros assuntos pertinentes à cidade em que moram e sem pagar nada por isso” (BARBOSA, 2002, p. 12).

2.4.1 O tempo real do jornalismo

A velocidade é uma característica bastante presente no jornalismo de hoje. A atualização em tempo real, atrelada à produção instantânea, devido às facilidades tecnológicas, permite ao jornalista dispor de ferramentas convergentes. Isto acaba por lançar problemas à prática do webjornalismo, pois

um dos maiores impactos foi relativo ao ritmo imposto pelo “tempo real” e à submissão cada vez maior à necessidade de agilidade. Com a internet o “furo” se tornou quase uma obsessão e, com a mobilidade, os jornalistas são levados a encurtar o processo de produção, passando a distribuir informações até mesmo antes de concluir a apuração. (MAIA; AGNEZ, 2015, p. 219-220).

Moretzson (2002, p. 120) destaca que “a velocidade é consumida como fetiche, pois ‘chegar na frente’ torna-se mais importante do que dizer a verdade: a estrutura industrial da empresa jornalística está montada para atender a essa lógica”. Isto pode apontar para um cenário com informações repetitivas e põe em xeque a forma como o conteúdo noticioso é apresentado nos portais.

Se tal perspectiva se aplica aos meios de comunicação mais tradicionais no webjornalismo, assolado por uma infinidade de notícias instantâneas, a questão da qualidade atinge maiores proporções. O leitor nem sempre dispõe de matérias jornalísticas feitas com rigor na apuração dos fatos e nem consegue saber se, realmente, tal produção noticiosa lhe trará novos conhecimentos. (PORTELA, 2014, p. 01).

A prática jornalística pode definir que a quantidade deve-se sobrepor à qualidade, produzindo conteúdos que são mais do mesmo.

2.5 Reconfigurações estratégicas do webjornalismo

As reconfigurações do mercado da comunicação lançam diversas mudanças para o jornalismo, tanto em termos profissionais como mercadológicos. Os grupos midiáticos, marcados pela presença de múltiplos suportes comunicacionais, lançam seus produtos a partir das similaridades de cada meio, utilizando os recursos de forma estratégica, ao exemplo dos portais de notícias que, frequentemente, vem se tornando representativos de um núcleo informacional que une mídias tradicionais e novas mídias.

No Brasil, há grupos de comunicação que adotam essas dinâmicas no webjornalismo por eles praticado, observando que suas estruturas são compostas por diferentes veículos, garantindo pontos estratégicos na produção de notícias.

Observamos emissores – as empresas informativas – buscando adequar suas estruturas internas de organização das atividades e pessoas; buscando um outro modelo de sustentação de seus negócios. Pelo lado dos receptores, emerge um papel transformado do leitor/espectador/ouvinte em usuário internauta, em um enorme poder de intervenção, diálogo e escolha de emissores e mensagens. A própria mensagem passa por transformações, seja no fluxo de produção de conteúdos, seja no conceito de conteúdo alavancado pelos recursos de hipermídia, além de um novo papel para os jornalistas e comunicadores potencializados pelos recursos digitais. (SAAD, 2003, p.57).

Essas adequações envolvem novas propostas de organização, estrategicamente viáveis para os grupos de comunicação e para a relação deles com seus públicos. Esses grupos modificam suas estruturas e estabelecem diálogos mais interativos entre os diversos veículos que o compõem, entendendo que cada meio possui suas especificidades, mas que são direcionadas de acordo com o suporte, pois “o entendimento do alcance dessas transformações na mídia é fundamental para a sobrevivência das empresas de comunicação tradicionais, que precisam se tornar emissores multimídia” (ALVES, 2006, p. 98).

São os elos criados entre mídias tradicionais e internet que permitem que novos processos estratégicos apareçam para os grupos de comunicação. A televisão, como meio de grande alcance, por exemplo, tem passado por essas transformações, que estabelecem um cenário de convivência entre os suportes de uma mesma organização jornalística e os portais de notícias.

Assim, como ressalta Médola (2009), as empresas voltam-se ao espectador para que ele recorra aos sites da emissora, por exemplo, para obter mais informações sobre o que é veiculado na televisão. Nessa relação jornalística de ampliação da circulação de conteúdos e interação entre as mídias, Finger (2011) pontua que as emissoras televisivas tem privilegiado o desenvolvimento, por exemplo, de conteúdos na internet em websites correspondentes aos canais de televisão.

Começa um movimento, incluindo a constituição de um novo formato que emerge da interação midiática entre meios de comunicação, não sendo especificamente um processo de uso e desuso, mas de coexistência entre essas mídias, criando uma nova estrutura no fazer do webjornalismo. Isto permite, por exemplo, articular conteúdos, tecnologias e mudanças profissionais no que tange ao campo do jornalismo e ao espaço empresarial que o cerca, moldando esforços para produzir conteúdos adaptados, diferenciados e ampliados para mídias diversas. A este respeito, Alsina (2009) esclarece que “as empresas que estão inseridas num sistema de economia de mercado têm a tendência de unificar sua prática de produção” (p.198), sendo possivelmente uma resposta ao desafio do contexto econômico imposto pelo mercado para a sustentação empresarial destes grupos que trabalham com o jornalismo.

2.5.1 O processo de convergência no contexto do webjornalismo

O contexto do webjornalismo, com suas características e possibilidades, direciona-se para um ambiente marcado pelas tecnologias da comunicação, por mudanças do mercado midiático e do fazer jornalístico e para o entrelaçamento das funções dos meios de comunicação, onde a internet, mediante suas inúmeras possibilidades, torna-se catalisadora e centralizadora do processo de convergência midiática.

Essa configuração, segundo Salaverria (2010), define a Internet como elemento que viabiliza aos grupos de comunicação a ampliação dos processos de integração entre seus suportes, criando um ambiente que centraliza ações estratégicas entre os meios e viabilizando o processo da convergência como opção a essa proposta de fluxo midiático dos mercados, com novos desafios, onde transitam conteúdos diversificados. Para contextualizar, vale definir a relação entre o processo de convergência e o jornalismo, entendendo que eles estão diretamente relacionados.

à integração de modos de comunicação, tradicionalmente separados, que afeta empresas, tecnologias, profissionais e audiência em todas as fases e produção, distribuição e consumo de conteúdos de qualquer tipo. Assim, o

processo de convergência acarreta profundas implicações para a estratégia empresarial, mudanças tecnológicas, elaboração e distribuição de conteúdos em distintas plataformas, o perfil profissional dos jornalistas e a forma de acesso ao conteúdo. (SCHWINGEL, 2012, p.108).

O jornalismo busca adaptar-se aos modos de operação das tecnologias e dos usos que o público faz de cada um desses dispositivos utilizados em um ambiente convergente cultural e tecnologicamente. Em um contexto digital, com a co-existência de meios tradicionais e digitais, a convergência ganha aspectos ampliados, principalmente ao relacionar-se com o webjornalismo, por exemplo. Kolodzy (2006) ressalta a relação entre o jornalismo e a convergência e o que significa essa relação

Quando se trata de jornalismo, convergência significa uma nova maneira de pensar, produzir e distribuir notícias, usando todo o potencial das mídias para alcançar um público diverso e crescentemente disperso. (KOLODZY, 2006, p. 06).

Nos dias atuais, há uma dinâmica social que reflete, como afirma Jenkins (2009, p. 29), uma cultura convergente, pois “toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia”. A multiplicidade dos meios é característica dos grupos de comunicação que buscam ampliar cada dia mais seus canais de informação.

Por isto, é preciso que haja conteúdos diferenciados, para que a empresa seja notada em um mercado muito mais diversificado e efêmero. Esse processo de convergência junto ao jornalismo tem sido aspecto fundamental para as atividades desenvolvidas pelos grupos e empresas de comunicação que redesenham suas estruturas físicas, empresariais, jornalísticas, e seus suportes em um cenário de integração, que permite uma integralização multiplataforma.

3 CONVERGÊNCIA: PANORAMA E DESDOBRAMENTOS

Ao falar de convergência é necessário entender que, desde o começo dos estudos nesta área, sempre houve, por arte dos estudiosos do assunto, alguns impasses e diferenciações sobre uma definição para o termo, pois ele aborda um conjunto amplo de significados para o mesmo processo. Assim, qualquer que seja o termo adotado: fusão, integração ou convergência, integralização das mídias, entende-se que todos eles acabam conduzindo a uma mesma ideia ou aparentemente similar. Hoje, o termo convergência é bastante utilizado nos âmbitos profissionais, empresarial e acadêmico, e remete a um processo diversificado que acontece, para além das possibilidades técnicas, pois permeia o campo cultural e social.

No contexto atual, os impactos e desdobramentos que surgem através da rede mundial de computadores e da possibilidade de interligação da informação lançaram novos modos e novas práticas que reconfiguram a ação da comunicação em geral e do jornalismo em particular, criando novas questões e novos paradigmas que refletem diretamente nos conteúdos, nos usos e na própria organização das empresas midiáticas.

3.1 Convergência: conceitos

O processo da convergência é parte de um cenário de reconfiguração do campo comunicacional, representado principalmente pelas mudanças no jornalismo nos dias atuais. Ele está presente na relação entre os profissionais e as audiências, nas ações estratégicas das empresas e nos dispositivos tecnológicos. Sobre este processo, Jenkins (2009) o define da seguinte maneira:

por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 29).

Existe, dentro do processo de convergência, um fluxo informacional que perpassa várias plataformas midiáticas, produzindo colaboração entre mercados e gerando conteúdos por meio dessa ação. O processo teve início historicamente no período em que os computadores foram inseridos exponencialmente na sociedade, pois a tecnologia expandiu-se, possibilitando novas formas de comunicação e interação.

O uso do computador permitiu um novo fazer jornalístico, integrando os conteúdos das mídias e afetando o âmbito tecnológico, empresarial e profissional, pois segundo Jenkins (2009, p.29) “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”.

Jenkins (2009) ainda acrescenta que já vivemos em uma cultura da convergência que traz mudanças e essas mudanças que vem junto com a convergência vai além da tecnologia, pois ela modifica as relações entre indústrias, mercados e públicos, sendo considerada como um processo e não uma parte final de um contexto, onde há mídia em todos os lugares.

Assim, estabelecendo esse aspecto cultural, graças às evoluções tecnológicas principalmente atreladas ao uso dos computadores, entra-se em um ambiente que constantemente é reflexo de readaptação das práticas comunicacionais relacionadas à convergência. Vive-se em um ambiente de cultura da convergência, que altera e perpassa diversas lógicas, como a econômica, comunicacional, dentre outras.

Ao invés [de um único aparelho], graças à proliferação dos canais e à natureza cada vez mais ubíqua da computação e das comunicações, nós estamos entrando numa era onde a mídia estará em toda parte, e nós usaremos todos os tipos dos meios de comunicação relacionando-os uns aos outros. Nós desenvolveremos novas habilidades para controlar a informação, novas estruturas para a transmissão por meio desses canais, e novos gêneros criativos para explorar os potenciais dessas estruturas emergentes. (JENKINS, 2001, p. 93, tradução nossa).

Quinn (2005) ressalta a dificuldade em definir o processo, pois “a convergência tem tantas definições quanto ao número de pessoas que tenta defini-la e praticá-la” (p. 03).

Fidler (1997) ressalta que essa discussão já acontece desde a década de 1970, quando Nicholas Negroponte trouxe à luz a questão da convergência, nas palestras que fazia pelos Estados Unidos, em 1979, na tentativa de conseguir recursos para a construção de uma sede para o *Media Labs*, no *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*.

Ainda de acordo como Fidler (1997), as pessoas geralmente ficavam espantadas diante da revelação de Negroponte de que todas as tecnologias de comunicação estavam passando por uma metamorfose, que só poderia ser entendida adequadamente quando tratada como um único tópico. Desde que Negroponte construiu sua teoria sobre a convergência, o termo tem sido utilizado em diversas circunstâncias. Sobre esse início, Jenkins (2009) relembra que anos 1990, o livro de Negroponte, intitulado “A Vida Digital”, já relatava claros contrastes entre os “velhos meios de comunicação passivos” e os “novos meios de comunicação interativos”,

prevendo o colapso da radiodifusão (*broadcasting*) em favor do *narrowcasting* (difusão estreita) e da produção midiática sob demanda, destinada a nichos (JENKINS, 2009). Isto mostra também que a tão comentada revolução digital ocorreu com aspectos voltados para a convergência, permitindo integrar meios de comunicação e sociedade.

O paradigma da revolução digital alegava que os novos meios de comunicação mudariam tudo. Após o estouro da bolha ponto.com, a tendência foi imaginar que as novas mídias não haviam mudado nada. Como muitas outras coisas no atual ambiente de mídia, a verdade está no meio termo. Cada vez mais, líderes da indústria midiática estão retornando à convergência como uma forma de encontrar sentido, num momento de confusas transformações. (JENKINS, 2009, p. 32-33).

Assim, a convergência não diz respeito apenas a transformações tecnológicas, mas é também cultural e, por conseguinte, social, pois provoca alterações nas relações entre os indivíduos e a forma como nos relacionamos com a mídia. Este cenário reconfigura práticas, ações e estratégias. A convergência pode permear múltiplos contextos e causar, inclusive, definições ambíguas. Conforme nos mostra Corrêa (2008, p. 31), ela pode ser associada a “equipamentos e sistemas de acesso às redes digitais, a estruturas organizacionais, a diferentes níveis de processos de produção do conteúdo midiático, às políticas públicas de uso e acesso às TICs, aos modelos de negócio [...] entre muitas possibilidades”.

No que diz respeito ao jornalismo, existem elementos, como o uso de computadores e da própria Internet nas práticas jornalísticas, que se estabelecem de forma efetiva no atual contexto do processo de convergência, principalmente no webjornalismo. Saad (2012), ao comentar os estudos de Lawson-Borders, apresenta várias definições do termo convergência e diz que um deles está relacionado à ideia de que os computadores e a internet são elementos primordiais, ou representam até mesmo o próprio espaço de configuração da convergência.

Outro aspecto relevante nesse processo é o da digitalização, que está ligada diretamente ao uso dos computadores. Muller (2012, p.156) conceitua a digitalização como uma “transformação de todo tipo de informação em linguagem binária intrinsecamente distinta seja qual for a natureza do conteúdo digitalizado”. Esse fenômeno, segundo o autor, foi crucial para as inovações tecnológicas e “dariam lugar ao processo conhecido como convergência (por propiciar a integração de computação, das telecomunicações e da produção de conteúdos – inclusive jornalísticos)” (MULLER, 2012, p. 156).

Para Santaella (2003, p. 83), a digitalização propicia o andamento do processo de convergência, à medida que propicia “o tratamento digital de todas as informações (som,

imagem, textos e programas informáticos) com a mesma linguagem universal, uma espécie de esperanto das máquinas”

3.1.1 Práticas jornalísticas e marcas de convergência

A convergência como processo modifica aspectos estruturantes do jornalismo, como a própria produção de conteúdos e as rotinas profissionais, além de modificar as estratégias das empresas de comunicação e do jornalismo produzido onde ‘a convergência redireciona a missão principal do jornalismo – informa o público sobre seu mundo da melhor forma possível. (KOLODZY, 2006, p. 6, tradução nossa).

Os veículos de comunicação adotam, assim, a coexistência das mídias no fazer jornalístico, como forma de alavancar consumidores e, conseqüentemente, atrair anunciantes. Desse modo, Kischinhevsky (2009) ressalta que:

A onda de fusões e aquisições no setor de mídia ao longo da última década intensificou projetos de convergência, visando a captura de sinergias. A exemplo do que ocorreu nos Estados Unidos e na Europa, grandes grupos brasileiros de comunicação estabeleceram sistemas de cooperação e intercâmbio de conteúdos entre seus veículos nas mais diversas plataformas. (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 63).

O processo de convergência, tecnologicamente facilitado pela internet, proporcionou a integração midiática, aprimorando aspectos e habilidades dos jornalistas e das empresas de comunicação.

À medida que passam por essas transformações, as empresas midiáticas não estão se comportando de forma monolítica; com frequência, setores diferentes da mesma empresa estão procurando estratégias radicalmente diferentes, refletindo a incerteza de como proceder. Por um lado, a convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outros suportes. (JENKINS, 2009, p. 47).

A convergência torna-se essencial para que os conglomerados de mídia estabeleçam diferenciações em seus suportes e possam expandir-se, integrando e modificando práticas relacionadas ao jornalismo. Kolodzy (2006, tradução nossa) ressalta que a convergência ocorre no jornalismo quando este fornece notícias e informações em mais de um formato,

usando os pontos fortes de cada um para melhor servir novas audiências². Os profissionais da área também se adaptam a esta realidade principalmente no webjornalismo. E os grupos de comunicação, que antes possuíam somente um tipo de suporte, atualmente acrescentam portais de notícias às suas empresas.

Jornais em todo o mundo que investiram em outras mídias estão começando a experimentar as vantagens e dificuldades de uma convergência cujo catalisador seja a Internet e cujo futuro imediato seja a integração total de suas notícias e operações comerciais multimídia. (GINER, 2001, p. 28).

Empresas midiáticas adotam uma cultura estratégica de comunicação convergente, onde as mídias tradicionais e as digitais coexistem, diversificando os modos de produção, distribuição e consumo de conteúdos.

Os atuais processos de convergência podem servir como catalisadores de necessária mudança estrutural. [...] O negócio da informação está mudando profundamente e em uma velocidade vertiginosa. O pior que pode ocorrer hoje a uma empresa jornalística que implanta um plano de convergência é que tudo mude para que tudo se siga igual. (SALAVERRIA; NEGREDO, p. 99, tradução nossa).

Assim, há uma constante adaptação das empresas comunicacionais às contínuas transformações, que envolvem a coexistência e a cooperação entre mídias. O jornalismo convergente passa a fazer parte da maneira de pensar os vários processos produtivos e distributivos da informação, utilizando o potencial de todas as mídias de forma integrada e fazendo a informação circular de maneira a atrair novos públicos, além de manter os atuais. Ramos (2010) adverte, porém, que nem sempre a adoção dessas práticas é garantia de sucesso para as empresas.

Redações de TV, rádio, internet e impresso podem conviver em um mesmo espaço físico, sem a garantia (embora seja esta a intenção) que por isso as equipes efetivamente colaborem entre si e consigam adequar e otimizar a produção de informação a distintos meios. (RAMOS, 2010, p.143).

As inovações tecnológicas, aliadas à popularização da internet, obrigaram os grupos de comunicação a adaptarem-se ao cenário da convergência, refletindo, principalmente, nas práticas profissionais e na produção de conteúdos diferenciados e adaptados às diversas mídias. Barbosa (2009) pontua como acontece a convergência jornalística na atualidade:

² Citação original: “*Convergence journalism is providing news and information in more than one format, using the strengths of each format to best serve news audiences*”. (KOLODZY, 2006, p. 21).

o que caracteriza a convergência jornalística é a integração entre meios distintos; a produção de conteúdos dentro do ciclo contínuo 24/7; a reorganização das redações; jornalistas que são plataforma-agnostic, isto é, capazes de tratar a informação – a notícia – de maneira correta, seja para distribuir no impresso, na web, nas plataformas móveis, etc; a introdução de novas funções, além de habilidades multitarefas para os jornalistas; a comunidade/audiência ativa atuando segundo o modelo Pro-Am (profissionais em parceria com amadores). (BARBOSA, 2009, p. 38).

Para estabelecer essa relação entre empresas jornalísticas e as práticas profissionais no ambiente de convergência, Gordon (2003) define os tipos de convergência, de acordo com as estratégias adotadas pelas empresas (Tabela 01).

Tabela 01 - Tipos de convergência

Tipos	Principais características
Propriedade	Um mesmo grupo controla a criação e distribuição de conteúdos por diferentes canais e plataformas, como impresso, rádio e televisão, por exemplo. Acontece quando a mesma empresa possui todas as plataformas (impressos, rádio, TV e online), que trabalham de forma integrada e colaborativa na produção de conteúdo.
Narrativa	Forma de conduzir a narração de histórias a partir da combinação de computadores, equipamentos portáteis e televisão interativa.
Tática	Dois empresas independentes formam parcerias para a difusão de conteúdos. Neste caso, as plataformas não pertencem a um mesmo grupo. Cada uma delas caracteriza uma empresa diferente.
Estrutural	Ocorre quando existem equipes multimídias responsáveis pela adaptação de conteúdos para as diferentes plataformas midiáticas. Ao mesmo tempo em que o meio online produz material novo, também faz uma versão adequada para a web do conteúdo já apresentado pelos parceiros do jornal impresso e da TV.
Coleta de dados	Presença de repórteres multimídias, isto é, profissionais capazes de produzirem para diferentes plataformas, de acordo com as especificidades de cada uma.

Fonte: Adaptado de GORDON (2003, p. 60-70).

3.2 Convergência jornalística: conceito e dimensões

Salaverria e Negrodo (2008), perpassando aspectos relacionados à visão cultural do processo de convergência, definem a convergência jornalística da seguinte maneira:

é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta em âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial os meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e

linguagens anteriormente separadas, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que se distribuem através de múltiplas plataformas, mediante linguagens de cada uma. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 45).

Os autores destacam que todas as mudanças relacionadas à convergência devem ser trabalhadas de forma sinérgica e esclarecem pontos relacionados à integração entre os meios, às mudanças editoriais e à incorporação estratégica das empresas em utilizar o processo de convergência como desafio e vantagem de mercado, necessários e úteis para os dias atuais.

Dirigir uma empresa jornalística com vocação de futuro implica ter uma visão integral da convergência em diversos âmbitos. De nada serve, por exemplo, esforçar-se em articular os conteúdos de um jornal impresso com os de sua edição digital se previamente, não se tenha organizado como será a equipe de jornalistas que nutrirá de conteúdos ambas as publicações. Assim mesmo, de nada serve reorganizar os jornalistas, se a estrutura editorial e hierárquica do não se modifica. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.46, tradução nossa).

A produção de conteúdos deve estar ligada, portanto, à exploração de formatos e linguagens que hibridizem os veículos de um mesmo grupo, considerando as características próprias de cada veículo para distribuição multiplataforma. Salaverria e Negredo (2008) entendem que isso deve acontecer dentro de um ambiente convergente que haja uma integração que vá além de juntar em um mesmo local na internet, textos, vídeos, fotos e áudios. Os autores pontuam diversas dimensões da convergência jornalística, explanadas nos próximos itens.

3.2.1 Dimensão tecnológica

A inserção de tecnologias, nos últimos anos, lançou novas práticas nas redações jornalísticas, promovendo transformações nos “sistemas de produção e difusão da informação” (SALAVERRÍA, 2008, p. 46).

Os grupos de comunicação passaram a adotar estratégias comerciais que priorizam a distribuição de conteúdos de maneira multiplataforma e utilizando as facilidades possibilitadas pela digitalização e inovações tecnológicas que a internet dispõe. Garcia Avilés e Salaverria (2008, p. 37) apontam que “a convergência digital possibilita uma melhor transmissão dos conteúdos informativos nas mídias, assim como reforça e inova a imagem de sua marca, com a utilização de plataformas que permitem chegar a uma audiência maior”.

A dimensão tecnológica da convergência está relacionada com a habilidade e “capacidade das infraestruturas adquirirem, processarem, transportarem e simultaneamente apresentarem voz, dados e vídeo numa única rede e terminal integrado” (PALACIOS; DÍAZ-NOCI, 2009, p. 112, tradução nossa).

Para Barbosa (2009, p. 37), essa dimensão refere-se especificamente à “infraestrutura técnica (computadores, servidores, câmeras, gravadores, *softwares* inteligentes, sistemas de gestão de conteúdos) para garantir a produção (redação integrada), a difusão *crossmedia* e a recepção”.

3.2.2 Dimensão empresarial

O processo de convergência jornalística possibilitou a integração das redações dos veículos pertencentes a um mesmo grupo, alterando as plataformas de distribuição do conteúdo e a cadeia produtiva jornalística. Como afirmam Salaverria e Negredo (2008), estratégias empresariais são adotadas nesse processo que abrange convergência e jornalismo.

As estratégias comerciais das empresas de comunicação perseguem utilizar de forma eficaz cada uma das diferentes plataformas de multidifusão, tendo em conta suas diferenças e complementaridades tecnológicas, e preservando ao mesmo tempo a coerência de seus conteúdos. (SALAVERRIA; NEGREDO, 2008, p. 37. tradução nossa)³.

Assim, estes grupos passam a encarar a convergência como um processo que prioritariamente traz benefícios estruturais e lucros no mercado da comunicação. Têm-se, assim, a convergência empresarial, bastante vantajosa para muitas empresas de comunicação, pois está ligada “a criação de alianças, uniões temporárias, fusões, tomadas de posse ou novas empresas de comunicação” (PALÁCIOS; DIAZ-NOCI, 2009, p.112, tradução nossa).

Em nível empresarial, a convergência apresenta vantagens para as empresas de comunicação, que podem ser desde a “diversificação do risco empresarial, à extensão do negócio a novos sectores com crescimento potencial e o aproveitamento das sinergias de áreas diferentes (publicidade, produção, documentação, distribuição e promoção)” (SALAVERRÍA, AVILÉS; MASIP, 2010, p. 50, tradução nossa). As empresas de comunicação buscam, assim,

³ Citação original: “*Las estrategias comerciales de las empresas de comunicación persiguen utilizar eficazmente cada una de las diferentes plataformas de multidifusión, teniendo en cuenta sus diferencias y complementaridades tecnológicas, y preservando al mismo tiempo la coherencia de sus contenidos*”. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 37).

oportunidades de negócios na integração entre seus meios, permitindo uma circulação ampla do que é produzido.

Numerosas empresas de comunicação estão integrando suas plataformas tecnológicas e, através de outras empresas afins, estão promovendo interesses comuns e alianças estratégicas. Por exemplo, desde vários anos, os meios audiovisuais têm se associado estrategicamente com empresas de telecomunicações, ou vice-versa, com objetivos de lançar serviços digitais ou canais de televisão interativa. Deste modo, a convergência digital tende a configurar uma paisagem midiática onde os meios tradicionais, antes competidores, agora são aliados. (SALAVERRÍA, NEGREDO, 2008, p. 37, tradução nossa)⁴.

Os vários grupos de comunicação buscam receitas que englobam a coexistência, a sinergia e o trabalho integrado de suas mídias. Emissoras tradicionais, por exemplo, estão usando o espaço da web de forma mais efetiva.

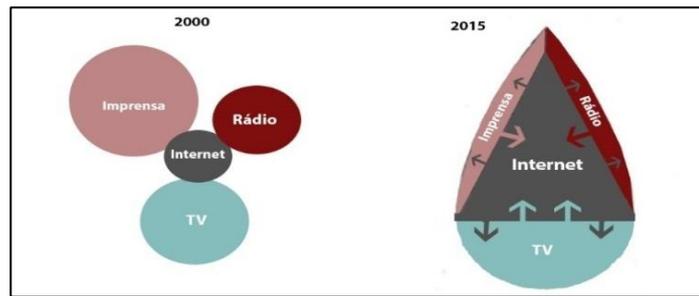
A utilização da internet, passada a fase inicial dominada pelos pequenos empreendedores, desperta a atenção de grandes grupos empresariais. Emissoras tradicionais buscam expandir seus serviços para a rede mundial de computadores e vêm colhendo resultados promissores. (FERRARETO; KISCHINHEVSKY, 2010, p. 177).

A dimensão empresarial da convergência faz com que os grupos de comunicação diversifiquem e ampliem seus negócios. Salaverría e Negredo (2008) afirmam que essa oportunidade acaba sendo de “regeneração para as empresas periódicas, visto que permite começar a distribuir conteúdos elaborados profissionalmente a audiência mais fragmentadas” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.54, tradução nossa).

A internet é vista como essencial nesse processo e adquire centralidade dentro do que se pode chamar de nova organização estrutural. Para Salaverría e Negredo (2008), como mostra o Gráfico 01, houve uma evolução das estruturas multimídias das empresas de comunicação, onde se percebe a aglutinação dos meios tradicionais à internet. Antes, havia apenas leves trocas entre os meios tradicionais e a internet, mas atualmente percebe-se uma junção muito mais complexa entre esses meios.

⁴ Citação original: “Numerosas empresas de comunicación están integrando sus plataformas tecnológicas y, a través de otras empresas afines, están promoviendo intereses comunes y alianzas estratégicas. Por ejemplo, desde hace varios años, los medios audiovisuales se han asociado estratégicamente con empresas de telecomunicaciones, o viceversa, con objeto de lanzar servicios digitales o canales de televisión interactiva. De este modo, la convergencia digital tiende a configurar un paisaje mediático en donde los medios tradicionales, antes competidores, son ahora aliados”. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 37).

Gráfico 01 – Evolução das estruturas multimídias das empresas de comunicação



Fonte: Adaptado de Salaverría e Negrodo (2008, p. 47)

Assim, a web representa para o jornalismo a possibilidade de distribuição de conteúdos multiplataformas, com alcance em tempo real, estruturando forças mercadológicas que buscam atingir públicos segmentados e garantindo lucros empresariais, o que pontua uma importância de integração, um papel maior para a internet dentro do cenário de convergência de um grupo de comunicação que tem representações em seus suportes e usa da internet, no caso do Cidade Verde e G1 PI como uma parte central do fluxo de conteúdos, de um ciclo estratégico de integração entre os meios.

3.2.3 Dimensão de conteúdos

A circulação de conteúdos entre os diversos meios de comunicação, como destaca Jenkins (2009), estabelece um modelo de cooperação entre os mercados midiáticos. Salaverría e Negrodo (2008) destacam que a aglutinação dos meios tradicionais com a internet de forma cooperativa busca apreender o público com novas linguagens e estratégias. E mais, Canavilhas (2001) destaca que:

a televisão, tal como a rádio e o jornal, fomentaram no receptor capacidades para a apreensão das suas linguagens. A internet, neste caso o webjornalismo, terá de fazer o mesmo. Mas não basta juntar à notícia um conjunto de novos elementos multimídia, pois esse ato pode apenas criar redundância e até mesmo ruído. (CANAVILHAS, 2001, p. 05).

Assim, ao situar o contexto atual digital e tecnológico, principalmente atrelado ao uso produtivo da internet, Salaverría e Negrodo (2008) entendem que:

além da adoção de uma linguagem que extraia o melhor de cada mídia, levando em consideração as características de cada região que pretende atingir, há também a questão estrutural da redação, a metodologia, a

capacitação dos profissionais para desempenharem o trabalho, entre outros aspectos. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 45).

Ademais, Salaverría (2005) destaca que o suporte permite a inovação dessa linguagem, pois

determina os processos editoriais e as linguagens de cada tipo de jornalismo. Por isso, a consolidação de uma nova plataforma de difusão, representada pelas redes interativas e em particular pela Internet, supõe um argumento fundamental para saudar o aparecimento de uma nova forma de fazer jornalismo. (SALAVERRÍA, 2005, p. 16, tradução nossa).⁵

A adaptação de conteúdos e interação multimidiática são resultados de um cenário estratégico, possibilitado pela convergência que, em seus aspectos tecnológicos e empresariais, permite uma dinâmica de coexistência entre as mídias. Ressaltando que uma nova mídia não exclui a anterior, mas passa por uma adaptação à nova realidade (CARDOSO, 2007).

3.2.4 Dimensão profissional

A reconfiguração dos perfis profissionais também é objeto de discussão sobre as marcas instauradas pelo processo de convergência no jornalismo dos dias atuais. A adesão às inovações tecnológicas modificou também as práticas dos profissionais da comunicação, além de definir como o jornalista atua nesse contexto de internet e de convergência. Gradim (2003), ao analisar este cenário, fala da atuação do jornalista, seja na mídia tradicional ou na digital, como:

homem dos mil e um recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmara de vídeo digital, telefone, satélite, laptop com software de edição de vídeo e html, e ligação sem fios à internet. One man show será capaz de produzir e editar notícias para vários media: a televisão, um jornal impresso, o site da empresa na internet, e ainda áudio para estação de rádio do grupo. (GRADIM, 2003, p.117).

Uma multidimensionalidade do profissional é exigida pelas empresas de comunicação, que agora lidam com conteúdos multiplataforma, em tempo hábil e com linguagem adequada a cada tipo de veículo. Essa dimensão faz parte de um processo adaptativo e estratégico, onde

⁵ Citação original: “*Y es precisamente el soporte el que determina los procesos editoriales y lenguajes de cada tipo de periodismo. Por eso la consolidación de una nueva plataforma de difusión, representada por las redes interactivas y en particular por internet supone un argumento clave para saludar la aparición de una nueva forma de periodismo*”. (SALAVERRÍA, 2005, p. 16).

as empresas adotam profissionais com habilidades para exercerem várias funções ao mesmo tempo. Machado e Palácios (2007, p. 81) apontam as características do novo profissional de comunicação:

tudo indica que o profissional mais adequado para o novo mercado terá que ter condições de compreender processos, planejar ações, interpretar cenários e, mais importante, ser suficientemente flexível para, por um lado, se adaptar e, por outro, reagir de forma criativa aos constantes ajustes dos processos produtivos por que passam as empresas de comunicação. (MACHADO; PALACIOS, 2007, p. 81).

As empresas de comunicação exigem (re)adaptação do profissional às tarefas diárias do fazer jornalístico, sendo mais versátil em sua produção e no domínio tecnológico, a fim de ampliar a circulação dos conteúdos entre as diversas mídias de um mesmo grupo, por exemplo. Mudanças nas rotinas e nas relações de trabalho e questões relacionadas à formação e qualificação do jornalista agora fazem parte de um ambiente permeado pelo processo de convergência.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir os objetivos propostos, esta pesquisa é de natureza empírica, com abordagem e caráter qualitativo. É considerada também explicativa, pois identifica fatores determinantes para a ocorrência dos fenômenos pesquisados, buscando entender o processo de convergência nos portais de notícias piauienses Cidade Verde e G1/PI. A pesquisa explicativa ocorre quando

o pesquisador procura explicar os porquês das coisas e suas causas, por meio do registro, da análise, da classificação e da interpretação dos fenômenos. Visa a identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos; aprofunda o conhecimento da realidade porque explica a razão, o porquê das coisas. (GIL, 2010, p. 28).

Quanto à abordagem, classifica-se como uma pesquisa qualitativa, sendo definida como método utilizado para desvendar certas questões complexas relacionadas à pesquisa.

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. (RICHARDSON, 1999, p. 80).

4.1 Análise de conteúdo (AC)

Para atingir o primeiro objetivo específico desta pesquisa, qual seja analisar as notícias dos portais piauienses Cidade Verde e G1/PI, dispostas na *homepage* de cada um dos portais, que possuem possíveis marcas de convergência, isto é, aspectos ou características advindos de outros veículos dos seus respectivos grupos de comunicação, faz-se necessário o uso da técnica de Análise de Conteúdo (AC).

A referida técnica é apropriada para este tipo de estudo, pois permite a investigação qualitativa, passível de ser aplicada a qualquer tipo de mensagem. Bardin (1977) define a AC como

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42).

Na AC, o objeto de estudo é o registro em si, presente em um texto, um documento, uma fala ou um vídeo e que pode servir como provas que serão verificadas durante a análise dos observáveis. O tipo de AC a ser utilizado será a categorial, que para Bardin (1977)

Funciona por operações de desmembramento do texto em unidade, em categorias segundo reagrupamentos analógicos. Entre as diferentes possibilidades de categorização, a investigação dos temas, ou análise temática, é rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos diretos (significações manifestas) e simples. (BARDIN, 1997, p.153).

Bardin (1977) define algumas etapas na aplicação da técnica de análise de conteúdo: - pré-análise; - exploração do material ou codificação; - tratamento dos resultados (inferência e interpretação). Assim, estabelecida a técnica, para fins de definição da amostra a ser analisada será utilizada a amostragem não-probabilística de semanas compostas, na qual se escolhe a semana inicial e, dentro dessa semana, escolhe-se o dia em que a análise terá início. Geralmente, inicia-se com uma segunda-feira, na semana seguinte, o dia de análise será a terça-feira, na semana posterior, a quarta-feira, e assim sucessivamente, até que se alcance a última semana e o último dia (FONSECA JR., 2009, p. 293).

Estabelecida esta dinâmica, no caso desta pesquisa, a amostra das matérias dos portais piauienses Cidade Verde e G1/PI é composta de sete semanas seguidas (meses de maio a junho de 2018). Na primeira semana, o dia da coleta das matérias nos portais foi a segunda-feira, na segunda semana, foi a terça e, assim, sucessivamente, até que fossem atingidas as sete semanas e os sete dias.

Vale ressaltar que as matérias escolhidas para análise, tanto no portal Cidade Verde quanto no G1/PI, apresentam características, informações ou recursos provenientes de outros suportes midiáticos dos seus referidos grupos de comunicação. A coleta das matérias nos portais teve início na segunda semana de maio de 2018, na segunda-feira (07/05/2018).

4.1.1 Categorias de análise

Definir categorias permite agrupar unidades semelhantes, organizando a análise. Bardin (1997) relata que categorias são classes, pelas quais é possível reunir um grupo de elementos (unidades da análise de conteúdo) sobre um título ou enunciação genérica, buscando agrupar em razão do que é comum entre os elementos.

Classificar elementos em categorias impõe a investigação do que cada um deles tem em comum com outros. O que vai permitir o seu agrupamento, é a parte comum existente entre eles. É possível, contudo, que outros critérios insistam noutros aspectos de analogia, talvez modificando consideravelmente a repartição anterior. (BARDIN, 1977, p. 117).

As categorias funcionam como compartimentos que ajudam a classificar e a definir pontos significativos para o entendimento do que é analisado, verificando presença ou ausência de específicos critérios ou temas.

Buscando cumprir o segundo objetivo desta dissertação, referente à análise das matérias dos portais de notícias, foram estabelecidas seis categorias que serviram como base para análise:

- **Categoria 1 – Origem da informação:** identifica qual veículo do grupo originou a matéria analisada;
- **Categoria 2 – Recurso multimidiático:** identifica a presença de fotos, áudios, vídeos, *hiperlinks*, dentre outros, na matéria analisada;
- **Categoria 3 – Tipo de conteúdo:** identifica o tipo de conteúdo apresentado na notícia (*repurposing/shovelware/convergence*);
- **Categoria 4 – Marcas da convergência de conteúdo:** identifica quais informações novas e/ou complementares a matéria analisada possui que a diferencia daquela que lhe deu origem em outro veículo do grupo;
- **Categoria 5 – Tipo de convergência:** identifica o tipo de convergência na notícia (propriedade/narrativa/tática/estrutural/coleta de dados);
- **Categoria 6 – Dimensão da convergência:** identifica as dimensões da convergência na notícia (tecnológica/empresarial/conteúdos/profissional).

Para sistematizar a investigação, faz-se necessário uma ficha de análise para cada matéria do *corpus* (APÊNDICE A).

4.2 Entrevista

Para atingir o segundo objetivo específico desta pesquisa, qual seja identificar de que forma as estratégias jornalísticas e empresariais de convergência são adotadas e postas em práticas nos portais, serão realizadas entrevistas semiestruturadas com os profissionais

diretamente envolvidos com o webjornalismo dos portais. Neste caso, foram entrevistados seis profissionais, de acordo com roteiros previamente estabelecidos (Apêndices B, C E D) sendo 03 (três) de cada portal, a saber: diretor de jornalismo (Apêndice B), editor do portal ou chefe de redação (Apêndice C) e repórter (Apêndice D). A partir dos dados coletados nas entrevistas, foram analisadas as estratégias de convergência postas em práticas nos respectivos portais.

Para Ribeiro (2008), a entrevista é essencial, pois permite conhecer mais detalhes do objeto, indo além das descrições comuns e adicionando novas interpretações para os resultados obtidos por outros métodos. Ribeiro (2008) trata a entrevista como

A técnica mais pertinente quando o pesquisador quer obter informações a respeito do seu objeto, que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores subjacentes ao comportamento, o que significa que se pode ir além das descrições das ações, incorporando novas fontes para a interpretação dos resultados pelos próprios entrevistadores. (RIBEIRO, 2008, p.141).

Sobre a entrevista semiestruturada, Trivinos (1987) a considera "um dos principais meios que tem o investigador para realizar a coleta de dados" (p.145). Para o autor, este tipo de entrevista "ao mesmo tempo que valoriza a presença do investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e a espontaneidade necessárias, enriquecendo a investigação" (TRIVINOS, 1987, p.133).

O terceiro objetivo da pesquisa busca comparar os resultados da análise de conteúdo das matérias, bem como o teor das entrevistas realizadas, a fim de confrontar as estratégias adotadas pelos portais piauienses Cidade Verde e G1/PI em suas práticas de convergência, estabelecendo as principais diferenças e semelhanças entre eles.

4.3 Estudo comparativo

Para atingir o terceiro objetivo específico desta pesquisa, qual seja comparar os aspectos que especificam cada uma das marcas do processo de convergência praticadas e adotadas pelos portais, é necessário realizar o estudo comparativo, estabelecendo semelhanças, diferenças e particularidades entre os veículos analisados. Para Gil (2008), o método comparativo é amplamente utilizado nas Ciências Sociais e busca investigar indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, com o intuito de ressaltar similaridades e diferenças.

Lakatos e Marconi (2007) explicam que este método permite analisar o dado concreto, deduzindo do mesmo os elementos constantes, abstratos e gerais. Constitui urna verdadeira

“experimentação indireta”. E que ele pode ser utilizado em todas as fases e níveis de investigação.

Assim, são apresentados os principais aspectos das marcas de convergência em cada um dos portais analisados para, em seguida, estabelecer uma comparação geral eles.

4.4 Os portais de notícias analisados

O portal piauiense Cidade Verde existe desde junho de 2007 e faz parte do Grupo Cidade Verde de Comunicação, que possui também uma revista (Revista Cidade Verde), uma emissora de rádio (Rádio Cidade Verde - FM 105,3) e uma emissora de TV (TV Cidade Verde). Atualmente, o portal possui nove editorias de notícias, a saber: Política, Entretenimento, Geral, Esporte, Vídeos, Economia, Cidades, Viver Bem e Destaques TV/Rádio e possui como slogan: O Piauí conectado 24 horas. O grupo é afiliado ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

O G1/PI é um portal de notícias mantido pela globo.com, sob orientação da Central Globo de Jornalismo. Foi lançado em setembro de 2006 e está presente em todas as unidades federativas do Brasil, de forma regionalizada e com reportagens próprias em formato de textos, fotos, áudios e vídeos. Como chamada ao acessar o site: têm-se Notícias e vídeos da Rede Clube.

Possui a seguinte divisão editorial: Na TV, Esporte, Previsão do Tempo, VC no G1, Editorias G1, Últimas Notícias, Outras Regiões, Princípios editoriais e Grupo Globo. No Piauí, a Globo é representada pela emissora TV Clube, que atua regionalmente, assim como o G1/PI, que é a representação regional de um projeto de webjornalismo nacional, visto que cada unidade federativa do Brasil tem seu G1 regional.

5 MARCAS DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NAS NOTÍCIAS DOS PORTAIS CIDADE VERDE E G1/PI

Este capítulo apresenta a Análise de Conteúdo (AC) das 23 notícias coletadas, em semanas compostas de maio a junho de 2018, sendo 11 do portal Cidade Verde e 12 do G1/PI, que compõem o *corpus* da pesquisa, ou seja, matérias publicadas nas *homepages* dos portais piauienses Cidade Verde e G1/PI e provenientes de outros veículos do mesmo grupo de comunicação ao qual pertence o respectivo portal, com o objetivo de identificar as marcas do processo de convergência. As matérias foram analisadas de acordo com as seis categorias previamente definidas nos procedimentos metodológicos - Capítulo 4 – desta dissertação.

5.1 Análise das matérias do portal Cidade Verde (CV)

A primeira matéria, veiculada no portal CV no dia 07/05/2018, intitulada **Sebrae: Regis beneficiará cerca de 30 mil empresas no Piauí** (Figura 01), é originária de uma entrevista realizada no programa *Jornal do Piauí*, da TV Cidade Verde, e do programa *Piauí Notícias*, da Rádio Cidade Verde.

Figura 01 – Sebrae: Regis beneficiará cerca de 30 mil empresas no Piauí



Fonte: www.cidadeverde.com

Sobre os recursos multimidiáticos utilizados, são identificados: uma foto (ilustrativa da entrevista); um áudio (da entrevista realizada na Rádio Cidade Verde) e um vídeo (da entrevista realizada na TV Cidade Verde). Não há utilização de *hyperlinks*.

São ofertadas ao leitor possibilidades de diversificação de leitura, pois há texto, áudio e vídeo. Estas são características do hipertexto, que agrega tais elementos. O conteúdo noticioso apresenta forte interação entre rádio, televisão e web.

O vídeo do programa da emissora de TV do grupo, com duração de aproximadamente 7 minutos, revela que a fonte citada no texto do portal é a mesma da TV. A entrevista televisiva contém mais detalhes sobre o assunto abordado do que o texto do portal. Inclusive, a declaração da fonte, que aparece no texto, foi retirada do vídeo. O áudio da entrevista, realizada pela emissora de rádio do grupo, também ressalta as informações apresentadas pelos outros meios.

O tipo de conteúdo presente é o *repurposing*, pois é originário de outros veículos do grupo (rádio e TV), com apenas uma nova roupagem. De acordo com os tipos de convergência apresentados por Gordon (2003), nesta matéria o portal utiliza a convergência de propriedade, pois há articulação entre os elementos multimidiáticos (texto, áudio e vídeo) presentes no mesmo grupo de comunicação. Há também uma dimensão tecnológica da convergência, que possibilita a colaboração e integração entre os veículos do grupo.

A segunda matéria analisada, publicada no CV em 07/05/2018, com o título **Inscrições para o Enem serão abertas nesta segunda (07)** - (Figura 02), também é originária de uma entrevista realizada para a emissora de televisão do grupo.

Figura 02 – Inscrições para o Enem serão abertas nesta segunda (07)



Os recursos multimidiáticos utilizados são: uma foto ilustrativa e um vídeo, com a entrevista realizada no programa *Notícia da Manhã*, da TV do mesmo grupo. O vídeo enriquece a notícia, pois revela fatos que não são abordados no texto do portal. Nesta matéria, há uso de *hyperlink*, que fornece o caminho interativo para que o leitor acesse mais informação no “site do participante”. Há um cenário de integração entre os meios e, mesmo com trechos que se repetem, ocorre o acréscimo de novas informações.

O conteúdo encaixa-se no tipo *convergence*, pois apresenta integração efetiva entre os conteúdos multimídias de suportes de comunicação, no caso entre o conteúdo da TV e do portal de notícias. Hipertexto e vídeo promovem a junção entre conteúdos e a complementaridade de informações, com marcas de convergência de conteúdo. Essa situação de agregação e complementaridade revela aspectos ressaltados por Kolodzy (2006), ao afirmar que o processo de convergência redireciona a missão do jornalismo, permitindo informar o público da melhor maneira. A dimensão tecnológica da convergência é visível, pois há interação entre os suportes. Mais uma vez, aparece a convergência de propriedade, com veículos do mesmo grupo trabalhando de forma integrada.

A terceira matéria analisada do portal CV, veiculada em 15/05/2018 e intitulada **Ex-Ministro fará palestra sobre empreendedorismo em Teresina** (Figura 03), tem como base um vídeo de uma entrevista realizada no *Jornal do Piauí*, da TV Cidade Verde. Apresenta como recursos multimidiáticos o vídeo (retirado da TV do grupo) e fotos do entrevistado.

Figura 03 – Ex-ministro fará palestra sobre empreendedorismo em Teresina

The image shows a screenshot of a news article on the website www.cidadeverde.com. The main headline is "Ex-ministro fará palestra sobre empreendedorismo em Teresina". Below the headline is a video player showing a man speaking. To the right of the video is a list of related news items with small thumbnails. At the bottom left, there is a small graphic for "MRV Engenharia".

Fonte: www.cidadeverde.com

O conteúdo possui aspectos de *repurposing*, pois apresenta informações novas apenas brevemente, resumindo os principais pontos do vídeo, destacando trechos completos das falas

do entrevistado e apresentando em forma de texto o conteúdo do vídeo, diferente caso para outras matérias que apresentam transcrição completa da informação, do fato, da fala e ordem até em que aparecem nos vídeos, por exemplo. O tipo de convergência é o de propriedade, pois há integração entre portal e TV. Quanto à dimensão de convergência, ela é tecnológica e de conteúdo.

A quarta matéria, intitulada **Margarete Coelho defende PPPS e diz que o mundo está voltado para as parcerias** (Figura 04), publicada em 15/05/2018, e tem como origem interacional inicial, entrevista realizada na emissora TV Cidade Verde, no programa Jornal do Piauí.

Figura 04 - Margarete Coelho defende PPPS e diz que o mundo está voltado para as parcerias



Fonte: www.cidadeverde.com

A matéria apresenta apenas uma foto e o vídeo da entrevista exibida em programa jornalístico da emissora de TV, com duração de aproximadamente 17 minutos, sendo o maior até aqui apresentado.

Quanto ao conteúdo enquadra-se na categoria *convergence*, pois realiza a integração de conteúdos multimídias de forma objetiva, com novas informações. A matéria apresenta breve resumo da entrevista, além de trazer outro entrevistado, havendo um esforço em integrar e trazer mais informações para o internauta que acessa a matéria, através da combinação de áudio e vídeo. Percebe-se o tipo de convergência de propriedade, com integração dos suportes de forma efetiva e colaborativa. A dimensão tecnológica e de conteúdos que se complementam possibilitam que o portal informe melhor seu leitor.

A quinta matéria, com o título **Meirelles fala à Rádio Cidade Verde e diz Nordeste merece atenção especial** (Figura 05), publicada em 23/05/2018, surge no portal tendo como base uma entrevista realizada na Rádio Cidade Verde. O áudio da entrevista e a foto ilustrativa do entrevistado são os únicos recursos multimidiáticos presentes na matéria do portal.

Figura 05 - Meirelles fala à Rádio Cidade Verde e diz Nordeste merece atenção especial

23/05/18, 13:54

Meirelles fala à Rádio Cidade Verde e diz Nordeste merece atenção especial

FACEBOOK TWITTER G+

Imprimir

Rádio Cidade Verde
Entrevista com o ex-ministro Henrique Meirelles (CIDADE VERDE NOTÍCIAS - ...)

Reproduzir outra faixa

Rádio Cidade Verde
Cidade Esportiva (Cidade Verde Notícias - ...)

Rádio Cidade Verde
Internacional, com Francisco Lima (Acord...)

Escolhido pelo MDB para disputar a presidência da República no lugar de Michel Temer, o ex-ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, concedeu entrevista nesta quarta-feira (23) à Rádio Cidade Verde. O emedevista está otimista não missão dada e disse que está pronto para enfrentar às urnas. "Eu tenho vantagem nas pesquisas, já que não há rejeição ao meu nome. As pessoas não conhecem meu nome. Vamos em frente. Estamos otimistas e as pesquisas dizem que temos condição de ganhar as eleições", afirmou por telefone. Ouça a entrevista completa no áudio acima.

A pré-candidatura de Meirelles saiu durante o evento Encontro com o Futuro, no qual foi lançada a primeira versão do programa do MDB a ser apresentado nas próximas eleições. O ex -ministro disse que está tranquilo quanto as divergências internas. "Vivemos numa democracia, com liberdade de opiniões. O ponto positivo é que temos a maioria e vamos conversar com todos, como o senador Eunício Oliveira", disse.

O ex-ministro admitiu que o Nordeste precisa de uma atenção especial e chegou a falar em receita específica para a região. "Cabe uma receita específica. O Nordeste demanda uma atenção especial com políticas regionais específicas para enfrentar os problemas. O problema é que antes o governo estava quebrado e quebrado não resolve o problema de ninguém, nem do Nordeste e nem do restante do país", destacou.

Na área econômica, Meirelles declarou que o país vive uma mudança no setor, embora a população ainda não esteja sentido.

"Essa mudança extraordinária está acontecendo no Brasil, que estava afundado numa recessão, numa crise econômica e já começou a sair, embora a população não esteja sentido isso totalmente", disse, ressaltando que o país vem de uma destruição de anos. "A destruição que se faz em muitos anos não se ajeta um ano ou dois anos", declarou.

Foto: Antonio Cruz/Agência Brasil

Fonte: www.cidadeverde.com

O texto do portal apresenta brevemente alguns pontos principais da entrevista, mas o leitor tem a opção de enriquecer sua experiência através do áudio disponível. Há, assim, novas informações, caracterizando-se como conteúdo *convergence*, conforme apontado por Foust (2005). Esse estilo de conteúdo reflete o que falam Salaverria e Negredo (2008) sobre o fato da internet funcionar como ponto de centralidade entre mídias.

O tipo de convergência é o de propriedade, permitindo integrar a produção de conteúdos entre plataformas, como explicado por Gordon (2003). A dimensão da convergência de conteúdo aparece de maneira clara, havendo complementaridade e inovação entre as informações de diferentes suportes, o que ainda nos faz destacar também a presença da dimensão tecnológica da convergência.

A sexta matéria analisada, intitulada **Dadá Maravilha diz que estaria entre os convocados de Tite e elogia treinador** (Figura 06), publicada no dia 23/05/2018, apresenta

uma entrevista com Dadá Maravilha, ex-jogador da seleção brasileira. O vídeo da entrevista foi originado de um “ao vivo” realizado para o Jornal do Piauí, programa jornalístico da emissora TV Cidade Verde.

Figura 06 - Dadá Maravilha diz que está estaria entre os convocados de Tite e elogia treinador

23/05/18, 14:41

Dadá Maravilha diz que estaria entre os convocados de Tite e elogia treinador

Facebook Twitter

Assistir mais tarde Compartilhar

Campeão da Copa de 70 fala ao vivo para a TV Cidad...

Comentarista da TV Alorosa (SBT - Minas Gerais), o tricampeão mundial Dadá Maravilha elogiou o trabalho do técnico Tite e disse que hoje seria convocado por ele para a seleção brasileira. Filho de pai sequeiro e fi de mingau de tapoca, o ex-jogador concedeu entrevista ao vivo no Jornal do Piauí, da TV Cidade Verde, nesta quinta-feira (23).

"Com certeza (eu teria vaga na seleção), porque eu era uma máquina de fazer gols, não tinha como deixar Dadá no banco. A menos que não quisesse ser campeão. Se não quisesse ser campeão, tirava Dadá", declarou o ex-jogador, com a irreverência que se tornou uma de suas marcas registradas.

Dadá Maravilha está na Granja Comary, em Teresópolis (RJ), acompanhando os treinos da seleção brasileira. O comentarista esportivo elogiou o técnico Tite pela simplicidade.

"Eu tô muito feliz porque fiquei sabendo que o Tite conversou com Gerson, cantinhota de ouro da seleção de 1970. E eu vi a humildade do Tite de conversar com um cara que sabe tudo de futebol (...). Por isso que o Tite é esse treinador fora de série, fantástico".

Apesar de defender a presença de jogadores do futebol mineiro, Dadá Maravilha também elogiou a convocação da seleção. "Eu tô satisfeito com a convocação dele, apesar que o Fábio, (goleiro) do Cruzeiro, deveria ter uma chance. O Deodé (zagueiro do Cruzeiro) também tá jogando muito. Mas os jogadores das respectivas posições que eu falei estão muito bem também".

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

- 08/11/18, 13:19: Victoria's Secret Fashion Show 2018 será mais longo e terá novos segmentos
- 08/11/18, 13:11: Meghan Markle quer criar filhos "que saibam o valor real das coisas"
- 08/11/18, 12:36: Casa Silvio Rainha, TJ decreta prisão preventiva de Moaci Júnior
- 08/11/18, 12:10: Polícia Civil identifica mulher achada morta no Rio Paranaíba
- 08/11/18, 12:05: Casal de gêmeos é encontrado morto em matagal de Curaiminhos

UVA SEM DÚVIDA GRADUAÇÃO PRESENCIAL VESTIBULAR 24/11 SAIBA MAIS

Fonte: www.cidadeverde.com

O único recurso multimidiático utilizado na matéria é o vídeo. O texto do portal descreve as falas do entrevistado já presentes no vídeo. Não apresenta nenhuma informação nova. Este fato revela aspectos de conteúdo *shovelware*, com a transposição de conteúdos entre mídias, marcado pela repetição e características de um modelo transpositivo da primeira fase do webjornalismo, como destaca Mielznickzuk (2003).

Sobre o tipo de convergência apresentado, ela é de propriedade. O grupo continua distribuindo por diferentes plataformas seus conteúdos. Prevalece a dimensão tecnológica da convergência, pois há integração dos suportes TV e web, com características prevalecentes das fases iniciais do webjornalismo.

A sétima notícia da análise, intitulada **Elmano Ferrer revela que partidos emergentes vão indicar vice na chapa** (Figura 07), publicada no dia 31/05/2018, foi baseada em entrevista realizada pelo Jornal do Piauí, da TV Cidade Verde. A matéria apresenta foto e o vídeo completo da entrevista realizada para a emissora de TV.

Figura 07 - Elmano Férrer revela que partidos emergentes vão indicar vice na chapa

Elmano Férrer revela que partidos emergentes vão indicar vice na chapa

08/11/18, 08:28
Ora no alto era coisa pessoal para Lula, do Marcelo Colares

08/11/18, 08:18
Assembleia terá sessão especial em homenagem ao centenário de Alberto Silva

08/11/18, 08:08
"É o governador que decide", diz Themioboles sobre cargos para o MDS

08/11/18, 07:52
Fábio Alvim apresenta projeto que permite policiais atirarem em suspeitos armados

07/11/18, 18:20
Dodge pede a Temer intervenção federal no sistema prisional de Roraima

MANCHETES EM DESTAQUE

08/11/18, 12:10
Pública Civil identifica mulher achada morta no Rio Paraíba

08/11/18, 12:08
Casal de glóboos é encontrado morto em matagal de Curralinhos

08/11/18, 09:42
Ambulante sem corpo incendiado ao tentar fazer comêcia em frente ao HUT

08/11/18, 11:09
Na ínglis, Rafael Fonteles diz que despesas com pessoal é "grande vilão"

O senador Elmano Férrer (Podemos), pré-candidato ao governo do Piauí, confirmou em entrevista ao Jornal do Piauí desta quinta-feira (31) que o seu vice na chapa será indicado por partidos emergentes.

Hoje pela manhã, o Podemos realizou uma reunião com Elmano e líderes desses partidos a fim de dialogarem sobre a vaga de vice. Estavam presentes além de Frank Aguiar (PRB), a major Elzete Lima (Solidariedade), Jorge Lopes (Solidariedade), delegada Andréa Magalhães.

Em entrevista ao Jornal do Piauí desta quinta-feira (31), Elmano Férrer afirmou que ainda não há um nome definido e que o cantor Frank Aguiar (PRB), é uma possibilidade para fazer uma dobradinha e sair com o outro candidato ao Senado ao lado do deputado estadual Dr. Pessoa, pré-candidato à senador na coligação.

Fonte: www.cidadeverde.com

O vídeo, além de apresentar a entrevista, mostra também a chefe de redação do portal Cidade Verde em um “ao vivo” para o Jornal do Piauí, trazendo informações sobre reunião que antecedeu a pauta da matéria e sobre o contexto político atual. Há um *hiperlink* na matéria, que remete a outra matéria, intitulada “Hoje pela manhã, o Podemos realizou uma reunião com Elmano e líderes desses partidos a fim de dialogarem sobre a vaga de vice”. Isto mostra uma característica importante do webjornalismo, a memória, enriquecendo o contexto. Vale destacar também que a chefe de redação do portal participa da entrevista realizada na TV, inclusive faz perguntas ao entrevistado, no caso o senador Elmano Ferrer, diretamente da redação do portal. Há uma ponte visível entre televisão e portal, dentro do grupo de comunicação, onde profissionais de distintos meios articulam conteúdos multiplataforma.

O tipo de conteúdo predominantemente é o *convergence*, apresentando de forma clara a integração entre conteúdos multimídias, conforme apresentado por Foust (2005).

Quanto ao tipo de convergência, de acordo com as categorias apresentadas por Gordon (2003), a matéria possui características da convergência de propriedade, pois possui informações novas e complementares. Revela também a existência da convergência de coleta de dados, caracterizada pelo fato de existir profissional capaz de produzir para diferentes plataformas, como apresentado no vídeo, em que a chefe de redação do portal CV apresentando informações novas em um programa da TV Cidade Verde.

Sobre as dimensões do processo de convergência, são identificadas características da tecnológica, de conteúdos e profissional. A tecnológica diz respeito à integração entre os suportes, neste caso a redação da TV está integrada com a do portal de notícias. A dimensão de conteúdos é percebida na circulação de informações que se complementam entre o vídeo advindo da emissora de TV e disposto no portal, aglutinando meios tradicionais com a internet. Como afirmam Salaverria e Negrodo (2008), ao caracterizarem a dimensão convergente de conteúdo, é possível extrair o melhor de cada mídia para realizar tal processo. A última dimensão identificada neste caso, a profissional, é percebida na participação da chefe de redação do portal CV na entrevista realizada para o programa televisivo da emissora do mesmo grupo, relatando fatos anteriores e permitindo que televisão e internet tenham esse ponto de encontro profissional.

A oitava notícia do portal CV, intitulada **Ciclofaixas são retiradas da Duque de Caxias e colocadas em vias paralelas** (Figura 08), publicada em 31/05/2018, foi baseada em matéria exibida na TV Cidade Verde, no programa Notícia da Manhã. Apresenta informações breves sobre as ciclofaixas e traz a fala do representante do governo para falar sobre as mudanças, sendo esta a única fala presente no texto do portal. Já no vídeo, há também a fala de um ciclista que opina sobre o assunto.

Figura 08 - Ciclofaixas são retiradas da Duque de Caxias e colocadas em vias paralelas

Ciclofaixas são retiradas da Duque de Caxias e colocadas em vias paralelas

Na Avenida Duque de Caxias, principais vias de acesso à Zona Norte de Teresina, as ciclovias não existem mais. Elas deram espaço para os corredores exclusivos dos ônibus, o que gerou revolta para quem usa a bicicleta para meio de transporte no local.

A Prefeitura alega que a cidade não teve prejuízo porque estão sendo colocadas cicloviárias em outras avenidas da região. "Para manter a ciclovia na pista mesmo com o corredor dos ônibus teríamos que alargar para cima das calçadas, atingindo algumas casas. Além disso, a ciclovia dentro da via traz mais riscos de acidentes. Ficou decidido, então, que usaremos as vias paralelas e construiremos uma quantidade bem maior de ciclovias", explicou Carlos Daniel, superintendente da Strans.

Veja matéria completa no vídeo:

De Redação
rdscaco@cidadeverde.com

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

- 08/11/18, 11:18: Angélica e Zask di Camargo relembram rumor de que tiveram romance no passado
- 08/11/18, 11:08: Na Akopi, Rafael Fonteles diz que despassa com pessoal à "grande vida"

Fonte: www.cidadeverde.com

A matéria apresenta apenas o vídeo como recurso multimidiático. O tipo de conteúdo é o *convergence*, mais atrelado à terceira fase do webjornalismo, pois há uma integração de conteúdos multimídia.

O tipo de convergência é o de propriedade, com integração entre TV e internet. A dimensão é a tecnológica e de conteúdos, pautada pela sinergia de informações, interligadas entre hipertexto e vídeo, que acontece de forma complementar e não apenas repetitiva.

A nona matéria, intitulada **Livro de Cláudio Said traz história de homem que desafiou coronéis do sertão** (Figura 09), publicada em 08/06/2018, teve origem em matéria televisiva exibida no programa Notícia da Manhã, da TV Cidade Verde.

Figura 09 - Livro de Cláudio Said traz história de homem que desafiou coronéis do sertão

Livro de Cláudio Said traz história de homem que desafiou coronéis do sertão

Obra de piaulense conta a história do industrial Delmiro

MANCHETES EM DESTAQUE

- 10/11/18, 08:48: Há 100 anos nasce Alberto Taubira Silva
- 10/11/18, 08:30: Fábio Sérgio é cotado para presidir a Codewest
- 10/11/18, 08:18: Atletas do Cabo Branco conquistam prata no Sul-Americano Cadete de Handebol
- 10/11/18, 08:27: Enem: horários das provas e o que levar e não levar

rentcars.com
Aluguel de Carros
Garantia da Melhor Preço

Fonte: www.cidadeverde.com

A matéria apresenta um vídeo (sobre o evento de lançamento do livro) e foto do autor (em entrevista para a TV). O texto traz resumidamente a fala do autor sobre sua obra. O vídeo, além de apresentar o evento de lançamento do livro, também conta com as falas do autor, do prefeito de Teresina, Firmino Filho, e do professor e cronista esportivo Carlos Said, que também é pai do autor.

O tipo de convergência é o de propriedade, caracterizado pela interação entre as informações da TV e do portal. A dimensão da convergência tecnológica é clara nesta

matéria, pois há integração entre os suportes midiáticos do grupo, em como a dimensão da convergência de conteúdos, com ampliação das informações.

A décima matéria, intitulada **Fábio Abreu destaca falta de atenção a segurança pública** (Figura 10), publicada em 08/06/2018, é originária de entrevista realizada no programa Acorda Piauí, na Rádio Cidade Verde. Há apenas uma foto do entrevistado durante o programa na emissora de rádio e a disponibilização completa do áudio da entrevista.

Figura 10 - Fábio Abreu destaca falta de atenção a segurança pública



Fonte: www.cidadeverde.com

O texto é curto e apenas introdutório sobre os principais tópicos discutidos na entrevista. Há destaque para o áudio na web, indicando que o leitor, para melhor se informar, deve utilizar tal recurso multimidiático. No áudio existem tópicos que não foram citados no trecho da matéria do portal, a exemplo de dados sobre segurança pública, casos de feminicídios que aconteceram no Piauí, criação de novas delegacias, emendas políticas.

Quanto ao conteúdo encontrado, adequa-se ao tipo *convergence*, como determinado por Foust (2005), com integração de conteúdo multimídia e ampliação de informações, possibilitadas pelo uso dos recursos hipermediáticos.

O tipo de convergência é o de propriedade, caracterizado pela criação e distribuição de conteúdos em diferentes plataformas, no caso rádio e internet. Nesta matéria, as dimensões encontradas são a tecnológica e a de conteúdo, por trabalharem suportes tecnológicos que conversam entre si, possibilitando a distribuição de conteúdos entre eles.

A décima primeira matéria analisada, intitulada **TPM: Tudo pra Mulher ensina a forma correta de aplicar perfume** (Figura 11), publicada em 24/06/2018, possui origem no

programa TPM, da Rádio Cidade Verde. O único recurso multimidiático apresentado é o áudio do programa. O texto apresentado na matéria é curto e faz apenas um resumo breve sobre as principais temáticas discutidas no programa da Rádio, além de trazer informações institucionais sobre quem apresenta, horário do programa e o dia que é transmitido em seu suporte original (o rádio).

Figura 11 – TPM: Tudo pra Mulher ensina a forma correta de aplicar perfume

Fonte: cidadeverde.com

O áudio traz na íntegra o programa, com discussões sobre o assunto e uma abordagem mais completa para o leitor que deseja se informar melhor. O conteúdo é do tipo *convergence*, com novas informações para o leitor, através do recurso multimidiático. Por fim, essa interação entre rádio e web, revela estrategicamente o posicionamento do portal para o tipo de convergência de propriedade, caracterizado pelo esforço integrado de conteúdos e tecnologias nos grupos de comunicação que possuem diversas plataformas, como coloca Gordon (2003).

A Tabela 02 oferece, em termos quantitativos, uma visão geral da AC realizada nas matérias jornalísticas do portal Cidade Verde, considerando as categorias estabelecidas na análise.

Tabela 02 – AC das Matérias Jornalísticas do Portal Cidade Verde

Título da Matéria	Categoria 01 - Origem da informação	Categoria 02 – Recurso multimidiático	Categoria 03 – Tipo de Conteúdo	Categoria 04 – Marcas da convergência de conteúdo	Categoria 05 – Tipo de convergência	Categoria 06 – Dimensão da Convergência
Sebrae: Regis beneficiará cerca de 30 mil empresas no Piauí	TV	Foto/ áudio/ vídeo	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica
Inscrições para o Enem serão abertas nesta segunda (07)	TV	Foto/ vídeo/ hiperlink	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica
Ex-ministro fará palestra sobre empreendedorismo em Teresina	TV	Foto/ vídeo	<i>Repurposing</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica
Margarete Coelho defende PPPS e diz que o mundo está voltado para as parcerias	TV	Foto/ vídeo	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica
Meirelles fala à Rádio Cidade Verde e diz Nordeste merece atenção especial	Rádio	Áudio	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica
Dadá Maravilha diz que estaria entre os convocados de Tite e elogia treinador	TV	Vídeo	<i>Shovelware</i>	Informações repetidas	----- -	Tecnológica
Elmano Ferrer revela que partidos emergentes vão indicar vice na chapa 7.	TV	Foto/ vídeo/ hiperlink	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica/ profissional
Ciclofaixas são retiradas da Duque de Caxias e colocadas em vias paralelas	TV	Vídeo/ hiperlink	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica
Livro de Cláudio	TV	Foto/ Vídeo	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/ tecnológica

Said traz história de homem que desafiou coronéis do sertão						
Fábio Abreu destaca falta de atenção a segurança pública	TV	Foto/áudio	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/tecnológica
TPM: Tudo pra Mulher ensina a forma correta de aplicar perfume	Rádio	Áudio	<i>Convergente</i>	Informações novas	Propriedade	Conteúdos/tecnológica

Fonte: o autor, 2018.

A Tabela 02 revela que das 11 matérias analisadas, nove são provenientes da TV Cidade Verde e apenas duas vieram da emissora de rádio, o que revela um diálogo maior entre portal e TV. Recursos multimidiáticos variados foram utilizados em oito matérias do *corpus*. Somente duas matérias utilizaram apenas o recurso de áudio, sendo elas provenientes da emissora de rádio.

O portal Cidade Verde possui em suas matérias características que o permitem definir como um site jornalístico da categoria *convergence*, conforme definida por Foust (2005), ou seja, capaz de integrar conteúdos multimídia. Uma das características que ajudam a revelar esse fato é o uso dos recursos de outras plataformas, permitindo ao portal acrescentar novas informações.

O tipo de convergência adotado é o de propriedade, pois o grupo Cidade Verde, através do portal, busca integrar suas mídias, distribuindo conteúdos por diferentes plataformas e permitindo um cenário de marcas de convergências marcado por matérias com novas informações e novos enfoques.

Sobre as dimensões de convergência, todas as 11 matérias apresentaram características da dimensão tecnológica, com uso de recursos multimídia. Assim, o conteúdo é enriquecido pelo uso de uma nova linguagem marcada pela relação com estes recursos, ampliando a notícia. Apenas uma matéria apresentou características da dimensão profissional, pois integrou o profissional da redação do portal em um programa da emissora de televisão. O vídeo foi utilizado tanto na TV como no portal.

Apenas uma matéria não apresentou características das marcas de convergência, pois houve somente transposição de conteúdos, ou *shovelware*, caracterizado como repetição direta de informações, o que não contempla o uso da convergência como forma de renovar o conteúdo.

5.2 Análise das matérias do portal G1/PI

A primeira matéria analisada do portal G1/PI, publicada em 07/05/2018 e intitulada **Emgerpi oferece descontos de até 90% a mutuários do Programa Minha Casa Legal** (Figura 12), tem como relação de origem a televisão, através de entrevista exibida pela TV Clube, afiliada da TV Globo no Piauí. O único recurso multimidiático utilizado é o vídeo da entrevista realizado pela emissora.

Figura 12 – Emgerpi oferece descontos de até 90% a mutuários do Programa Minha Casa Legal

Emgerpi oferece descontos de até 90% a mutuários do Programa Minha Casa Legal
Ação visa facilitar mutuários que ainda precisam fazer a regularização de imóveis construídos pela antiga Cohab e Iapep.

Atendimento ao mutuário
Os mutuários da extinta Cohab e Iapep, que ainda precisam quitar débitos ou resolver pendências cadastrais, podem procurar atendimento em um dos escritórios da Emgerpi. Em Teresina, o atendimento é feito na Casa do Mutuário, localizada na Rua Cláudio Silva, por trás da Igreja de Nossa Senhora das Dores, na Praça Saraká, Centro da cidade.

Nas cidades do interior, o atendimento é realizado nos quatro escritórios regionais da Emgerpi:

- em Parnaíba: no Conjunto Igarajá, quadra 08, casa 26, no bairro rodoviário;
- em Picos: no Conjunto Patrônio Portela, bairro Paralimbinha;
- em Floriano, no Conjunto Paraíso, quadra A, casa 27, bairro Campo Velho;
- em Campo Maior, na Avenida Edmar Pinto, 106, bairro São Luís.

Ainda existem os atendimentos itinerantes, cuja finalidade é levar mais comodidade e orientações para todas as pessoas que buscam receber os títulos de propriedade das suas unidades habitacionais.

SEJA O PRIMEIRO A COMENTAR

Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

No vídeo há informações que não aparecem no texto do portal, bem como o inverso também acontece, ou seja, no hipertexto também há informações que não foram disponibilizadas no vídeo. O hipertexto remete o leitor a informações mais detalhadas sobre o assunto em questão. Esse cenário revela um tipo de conteúdo *convergence*, quando se utiliza

integração de conteúdo multimídia, buscando utilizar as potencialidades da nova plataforma, no caso, o portal de notícias.

Sobre o tipo de convergência, prevalece o de propriedade, mesmo que de forma inicial. A dimensão tecnológica da convergência apresenta-se de forma clara através do uso do vídeo, de maneira a colaborar com mais informações e novidades sobre o assunto, assim como a de conteúdos, resultante da conversa entre o hipertexto e o vídeo, que assimilam novas informações de ambas as fontes.

A segunda matéria do portal G1/PI, intitulada **TJ julga ação que prevê suspensão de concurso para cartórios no Piauí** (Figura 13), publicada no dia 07/05/2018, teve origem na entrevista realizada no programa Bom Dia Piauí, da emissora TV Clube.

Figura 13 – TJ julga ação que prevê suspensão de concurso para cartórios no Piauí

The image shows a screenshot of a news article from the G1 Piauí website. The main headline is "TJ julga ação que prevê suspensão de concurso para cartórios no Piauí". Below the headline, there is a sub-headline: "O concurso é de 2013 e teve mais de 2 mil inscritos. Decisão do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) determina que prazos no edital sejam mantidos." There is a video player with a play button and a photo of a man in a suit. To the right, there is a photo of a modern building. The article text mentions that the suspension was analyzed by the Conselho Nacional de Justiça (CNJ) and that the exam is from 2013. It also mentions that candidates are appealing the decision to the court, claiming irregularities during the exam in that year.

Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

A matéria apresenta *hiperlink* que redireciona para uma matéria já publicada anteriormente pelo portal e que contém mais informações sobre o assunto. Isto mostra a utilização de um recurso multimidiático para ressaltar aspectos da memória do webjornalismo, propondo ao leitor um caminho para recordar fatos anteriores.

O texto não traz informações novas em relação ao vídeo, ou seja, há uma repetição de informações. Esse tipo de cenário revela o *shovelware*, característica de transposição de conteúdos de meios tradicionais para a internet. Não há enriquecimento de conteúdo e nem um esforço para melhor informar o leitor, visto que, ao exemplo do que afirmam autores

como Kolodzy (2006), a convergência serve também para melhor informar o leitor. Sobre esta postura, Canavilhas (2001) pontua que não é suficiente apenas juntar a notícia ao conjunto de novos elementos multimídia, pois tal ação pode criar redundância ou ruído. Neste caso, há integração entre os suportes, porém o conteúdo não é enriquecido com novas informações. As informações são repetidas, sem apresentar alguma característica dos tipos de convergência estipulados por Gordon (2003) e das dimensões estabelecidas por Salaverría e Negrodo (2008).

A terceira matéria analisada, intitulada **Vídeo mostra ambulância sendo rebocada ao deixar paciente em hospital de Teresina** (Figura 14), publicada em 15/05/2018, tem origem em vídeo enviado por internauta. Não advém de nenhum outro suporte do grupo de comunicação. O único recurso multimidiático presente é o vídeo que ilustra a matéria, no caso, a denúncia lançada como fato. O vídeo apenas apresenta uma ambulância sendo rebocada. O hipertexto traz novas informações sobre o caso, como uma nota das instituições responsáveis e possíveis motivos para que o fato ocorresse. São novas informações acrescidas a um vídeo sem narração, com apenas o fato sendo gravado.

Figura 14 – Vídeo mostra ambulância sendo rebocada ao deixar paciente em hospital de Teresina

Vídeo mostra ambulância sendo rebocada ao deixar paciente em hospital de Teresina

Fundação Municipal de Saúde informou que veículo já está passando por reparos e que não há previsão de retorno para a UPA de origem.

Por G1 PI
15/05/2018 09:03 - Atualizado há 6 meses





Ambulância é rebocada da porta do Hospital de Urgência de Teresina

Um vídeo feito na manhã de segunda-feira (14) mostra uma ambulância da Unidade de Pronto Atendimento (UPA) do Renascença, Zona Sudeste de Teresina, que parou de funcionar em frente ao Hospital de Urgência de Teresina (HUT), na Zona Sul, quando transportava um paciente. A Fundação Municipal de Saúde confirmou o problema e disse que o veículo está em uma oficina para os devidos reparos.



O autor do vídeo, que não quis se identificar, contou que trabalha próximo ao hospital e disse que não foi a primeira vez que presenciou cenas parecidas. "Nós ficamos estarecidos com isso, ambulâncias sucateadas, vários problemas. Já flagramos situações de terem que empurrar outras ambulâncias aqui, de pacientes terem que descer na porta porque o veículo não andava", declarou.

Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

Há um interesse do portal em reaproveitar o material divulgado. Este é um caso de *repurposing*, como proposto por Salaverría e Negrodo (2008), no que diz respeito às marcas de convergência do conteúdo, supondo-se a otimização de um vídeo para o suporte web, aproveitando o conteúdo midiático, servindo para o usuário final que vai ver a matéria.

Sobre o tipo de convergência, há esforço do grupo em utilizar os recursos multimidiáticos e adaptação de conteúdo para uma nova plataforma midiática, no caso a web, alinhando-se com os conceitos do tipo estrutural de convergência.

A quarta matéria analisada do Portal G1/PI, intitulada **OAB-PI faz vistoria em terminal e encontra falhas no sistema de integração** (Figura 15), publicada em 15/05/2018, teve origem no programa PI TV 1ª Edição, veiculado na TV Clube. A matéria conta apenas com o vídeo como recurso multimidiático.

Figura 15 – OAB-PI faz vistoria em terminal e encontra falhas no sistema de integração

OAB-PI faz vistoria em terminal e encontra falhas no sistema de integração

Falta de segurança e de acessibilidade foram principais pontos destacados pela fiscalização. Superintendência Municipal de Transportes e Trânsito (Strens) não se manifestou.

Por **PI TV 1ª Edição**
15/05/2018 14:00. Atualizado há 6 meses





Comissão de Direitos do Consumidor da OAB faz vistoria em terminal de integração.

A comissão de direitos do consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil, seção Piauí (OAB-PI), fez uma vistoria nos terminais de integração da Zona Sul de Teresina. A inspeção buscou saber a avaliação dos usuários sobre o sistema, que se queixam da demora dos ônibus e também da superlotação dos veículos chegam e que saem dos terminais.



A Superintendência Municipal de Transportes e Trânsito (Strens) não se manifestou a respeito da vistoria realizada pela OAB-PI.

Sobre a segurança a comissão identificou que a prefeitura e a Strens precisam ter cuidado para evitar que os usuários fiquem muito expostos. "Não existe uma delimitação física que faça com esse esse cidadão, no empurra empurra, não corra o risco de ser jogado da plataforma e vir a ficar entre o ônibus e a plataforma", disse o presidente da comissão de

Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

Sobre o conteúdo do vídeo, posto junto ao hipertexto, ele é do tipo *convergence*, pois, ao dialogarem, apresentam novas informações em suas marcas de convergência de conteúdo. São aproximadamente três novas entrevistas apresentadas no vídeo sobre o fato, que não estão presentes no hipertexto. As entrevistas foram realizadas com pessoas que utilizam o serviço de ônibus, com o presidente da SINTETRO, Fernando Feijão, com o representante da OAB, sendo que apenas a fala deste último está presente no vídeo e no hipertexto.

Quanto ao tipo de convergência, ele é de propriedade, pois as informações do vídeo complementam o texto apresentado no portal. Embora aproveite conteúdo veiculado na TV, consegue se adequar ao webjornalismo. Sobre a dimensão da convergência, presenciam-se a de conteúdos e a tecnológica, que estabelecem um contexto de integração entre as mídias.

A quinta matéria analisada, intitulada **Caminhoneiros do Piauí protestam contra aumento no preço dos combustíveis** (Figura 16), publicada no dia 23/05/2018, teve matéria origem na televisão através de um “ao vivo” do programa Bom dia Piauí, da TV Clube. A matéria conta com hiperlink, fotos e vídeos como recursos multimidiáticos. Uma das fotos é registrada no nome do mesmo repórter que realiza e apresenta o “ao vivo” do vídeo lançado na televisão. O hiperlink faz referência a uma matéria anteriormente publicada.

Figura 16 – Caminhoneiros do Piauí protestam contra aumento no preço dos combustíveis



Fonte: g1.globo.com/pi/piuai

O conteúdo é do tipo *convergence*, com a integração de conteúdos multimídia e com enriquecimento de informações que são visualizadas através de entrevistas que estão no vídeo, enriquecendo com novas informações o hipertexto da matéria apresentada, com mais detalhes sobre a entrevista realizada, além de novos questionamentos que não foram abordados no texto. Além disso, a própria matéria traz novas informações sobre o fato, relatando barricadas

feitas em outras regiões e estimativas numéricas relacionada ao protesto com caminhões por todo o estado do Piauí. O tipo de convergência de propriedade, englobando características que permitem os grupos de comunicação trabalhar coordenadamente para que seus suportes conversem entre si e estabeleçam uma dinâmica direcionada ao processo de convergência marcada na produção de conteúdo. A dimensão da convergência é de conteúdo e tecnológica, pois há conversação entre as mídias, com integração entre os suportes.

A sexta matéria analisada, intitulada **Motoristas impedem tráfego de caminhões em novo protesto contra alta do diesel no Piauí** (Figura 17), publicada no dia 23/05/2018, tem relação de origem com vídeo apresentado na TV Clube. Apresenta, como recursos multimidiático, *hiperlink*, um vídeo e fotos. O conteúdo não apresenta novas informações, o que releva características de transposição de conteúdo ou *shovelware*, com características da fase inicial do webjornalismo. Não há especificamente um tipo de convergência a se identificar, pois a matéria representa ou revela aspectos de pontos que antecedem as características básicas de conteúdo convergente.

Figura 17 – Motoristas impedem tráfego de caminhões em novo protesto contra alta do diesel no Piauí



Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

Apesar disso, nota-se que o aspecto tecnológico da dimensão da convergência está presente, pois há circulação de conteúdos, perpassando por meio tradicional e internet, mas

que não enriquecem ou trazem informações complementares, mas configuram esforço tecnológico em trazer informações, no caso vídeo, de outra plataforma para o portal, neste caso específico.

A sétima matéria, intitulada **Seis presos serram grades e fogem da Central de Flagrantes de Parnaíba** (Figura 18), publicada em 31/05/2018, teve origem em vídeo apresentado no Piauí TV 2ª Edição, da TV Clube. Apresenta apenas o vídeo como recurso multimidiático. A única informação adicional é o nome de um assaltante que fugiu, como consta no vídeo, mas não no hipertexto do portal.

Figura 18 – G1/PI – Seis presos serram grades e fogem da Central de Flagrantes de Parnaíba

Seis presos serram grades e fogem da Central de Flagrantes de Parnaíba

Polícia vai investigar como os presos conseguiram instrumentos para cerrar as grades.

Por PTV 2ª Edição
31/05/2018 19:52 - Atualizado há 5 meses



Presos fogem da Central de Flagrantes de Parnaíba

Seis presos serraram as grades de uma cela e fugiram da Central de Flagrantes de Parnaíba, Norte do Piauí, na manhã desta quinta-feira (31). De acordo com a coordenação do local, havia nove pessoas na cela, mas três preferiram continuar presas.



Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

Em sua maioria, a matéria apenas repete o que foi apresentado na televisão, sem trazer outra abordagem ou novas informações relevantes para o fato ocorrido. Isto revela características do tipo de conteúdo *shovelware*, dispondo conteúdo sem adaptações e, como define Mielniczuk (2003), que se encaixam na fase transpositiva do webjornalismo.

A oitava matéria analisada, intitulada **PRF reforça fiscalização com o feriado prolongado de Corpus Christi e Festival de Inverno** (Figura 19), publicada em 31/05/2018, teve origem inicial na entrevista realizada pela TV Clube. O único recurso multimidiático utilizado é o vídeo da entrevista com o representante da Polícia Rodoviária Federal.

O conteúdo apresentado no vídeo repete-se no hipertexto da matéria de forma a não trazer nenhuma nova informação sobre a operação a ser realizada. Há trechos da fala do entrevistado, transcritas de forma integral ou parcial no hipertexto, causando uma sensação de

repetição e de pouca complementaridade, o que nos leva a entender que o tipo de conteúdo é *shovelware*, como apresentado por Foust (2005) e caracterizado pela simples transposição de conteúdos entre mídias, levando à repetição. No que diz respeito às marcas da convergência observa-se a presença da tecnológica e de conteúdo.

Figura 19 – PRF reforça fiscalização com o feriado prolongado de *Corpus Christi* e Festival de Inverno

PRF reforça fiscalização com o feriado prolongado de *Corpus Christi* e Festival de Inverno

Órgão faz policiamento ostensivo e preventivo em locais e horários com maior incidência de acidentes graves.

Por RBF1
21/05/2018 10:08 - Atualizado há 5 meses



PRF se prepara para o fluxo na BR com o feriado de *Corpus Christi* e Festival de Inverno

A Polícia Rodoviária Federal (PRF) espera aumento no fluxo das rodovias a partir desta quinta-feira (31) por conta do feriado de *Corpus Christi* e início do Festival de Inverno, em Pedro II. Desde já realiza ronda at 4 rodovias em PI, n. Avuldo

Na Humana, você dispõe de uma rede credenciada com mais de mil médicos, clínicas, hospitais e laboratórios de referência no estado do Piauí e também nas maiores cidades do país.
Venha ser feliz com a gente!

Humana

Fonte: g1.globo.com/pi/Piauí

A nona matéria analisada, intitulada **Neta de Lampião e Maria Bonita lança livro sobre a avó em Teresina** (Figura 20), publicada em 08/06/2018, tem relação de origem com entrevista realizada no programa jornalístico Piauí TV 1ª Edição, da TV Clube.

Figura 20 - Neta de Lampião e Maria Bonita lança livro sobre a avó em Teresina

Neta de Lampião e Maria Bonita lança livro sobre a avó em Teresina

Livro "Bonita - Maria do Capitão" é lançado durante Sábão do Livro do Piauí nesta sexta-feira (8).

Por Piauí TV 1ª Edição, G1 PI
08/06/2018 15:53 - Atualizado há 5 meses



Neta de Lampião e Maria Bonita vem a Teresina para lançar seu livro

O caranguejo de Lampião e Maria Bonita, que permeia o imaginário de muitos nordestinos, inspirou uma neta do casal, Vera Ferreira a contar uma história que nem sempre é abordada: a do papel de Maria Bonita no grupo.

Na Humana, você dispõe de uma rede credenciada com mais de mil médicos, clínicas, hospitais e laboratórios de referência no estado do Piauí e também nas maiores cidades do país.
Venha ser feliz com a gente!

Humana

Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

A matéria repete informações e traz trechos da entrevista já disponibilizada no vídeo. Todas as informações apresentadas no vídeo correlacionam-se com o que foi apresentado no hipertexto, não havendo nenhum acréscimo de informações ou novos fatos correlacionados à notícia. O diálogo que ocorre entre as mídias não enriquece a notícia publicada no portal, caracterizando-se como tipo de conteúdo de transposição ou *shovelware*. Esse cenário revela um tipo de webjornalismo idêntico ao praticado nas fases iniciais do webjornalismo, onde havia pouca ou quase nenhuma adaptação entre as mídias, predominando a repetição de conteúdos.

A décima matéria analisada intitula-se **Habilitação para casamento comunitário no Teresina em Ação acontece até hoje (8)** - (Figura 21) e foi publicada no dia 08/06/2018. Possui relação de origem com matéria divulgada no programa jornalístico Bom Dia PI, da TV Clube.

Figura 21 – Casamento comunitário no Teresina em Ação acontece até hoje (8)

Habilitação para casamento comunitário no Teresina em Ação acontece até hoje (8)

Parceria entre a TV Clube e a Prefeitura de Teresina chega à sua 12ª edição e realiza casamento comunitário para diversos casais no dia 30 de junho.

Por G1 PI
08/06/2018 09:05 - Atualizado há 5 meses



Teresina em Ação comemora um ano e vai oferecer casamentos comunitários para a população

O prazo para habilitação de documentos daqueles que querem se casar nesta 12ª edição do Teresina em Ação encerra nesta sexta-feira (8). Os interessados em participar do casamento comunitário que acontecerá no dia 30 deste mês,

Na Humana, você dispõe de uma rede credenciada com mais de mil médicos, clínicas, hospitais e laboratórios de referência no estado do Piauí e também nas maiores cidades do país.
Venha ser feliz com a gente!
Humana

Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

Como recursos multimidiáticos, a matéria apresenta fotos, ilustrando as edições anteriores do evento, e vídeo. Apesar de extensa e de trazer no hipertexto o relato de diversas fontes institucionais, jurídicas e até de pessoas que vão se beneficiar com o casamento comunitário, todas as falas aparecem também no hipertexto, só que de forma sucinta, porém repetitiva. Aparecem no hipertexto, inclusive, na mesma ordem em que aparecem no vídeo. Não há diferenciações disponíveis ao leitor. As características apresentadas revelam um tipo de conteúdo marcado pela repetição, transpositivo e que faz referência ao *shovelware*.

A décima primeira matéria analisada, intitulada **Confiante com o hexa, vovó da Copa garante animação e sorte nos jogos da seleção brasileira** (Figura 22), publicada em 16/06/2018, tem relação de origem no programa PI TV 1ª edição, da TV Clube.

Figura 22 – Confiante com o hexa, vovó da Copa garante animação e sorte nos jogos da seleção brasileira

Confiante com o hexa, vovó da Copa garante animação e sorte nos jogos da seleção brasileira

Aos 90 anos, ela decorou a rua e toda a casa de verde e amarelo. A aposentada assistiu o primeiro título em 1958 e viajou 2.411 quilômetros para encontrar com a seleção no mundial passado.

Por PITV 1ª edição

16/06/2018 16h12 - Atualizado há 5 meses



Vovó da copa garante animação nos jogos e PM monta esquema para garantir segurança

Confiante com o hexa, a vovó da Copa, como é conhecida a aposentada Francisca Barbosa, prometeu animação e sorte durante os jogos da seleção brasileira. Aos 90 anos, ela decorou a rua e toda a casa na Zona Sul de



Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

A matéria apresenta como único recurso multimidiático o vídeo da matéria reproduzido da emissora de televisão. Ambas as falas dos entrevistados aparecem no vídeo como abordagem principal sobre a torcida da vovó para a seleção brasileira na copa 2018. Mas o vídeo apresenta informação adicional sobre o assunto. O repórter do vídeo fala sobre tradicional local de torcida teresinense, no bairro Saci. O vídeo traz também a fala com o responsável pelo policiamento na região e com o representante do Corpo de Bombeiros, além de apresentar dados sobre o evento. Ambos os entrevistados não estão na estrutura do hipertexto.

Quanto ao tipo de conteúdo, observam-se características da *convergence*, como determinado por Foust (2005), ou o que fala Silva Jr (2001) sobre a fase hipermediática do webjornalismo, com uso de recursos hipertextuais e midiáticos que se integram. No que diz respeito ao tipo de convergência, ela é de propriedade, pois há a distribuição de conteúdo entre as plataformas buscando informar melhor o leitor, através da integração entre a

informação adquirida no vídeo e a apresentada no hipertexto como resumo do fato.

Identificam-se também características da dimensão tecnológica da convergência, permitindo que os recursos utilizados criem um cenário de mais informação para o leitor do portal de notícias.

A décima segunda matéria analisada, intitulada **Pesquisa mostra que 95% das armas apreendidas no Piauí são de fabricação nacional** (Figura 23), publicada em 16/06/2018, é baseada em matéria televisiva feita para o programa PI TV 2ª Edição, jornalístico da TV Clube, onde se identifica o tipo de conteúdo *convergence*, pois há integração entre o vídeo e o hipertexto da matéria.

Figura 23 – Pesquisa mostra que 95% das armas apreendidas no Piauí são de fabricação nacional

g1.com.br

PIAUI

Pesquisa mostra que 95% das armas apreendidas no Piauí são de fabricação nacional

Levantamento mostrou ainda que armas apreendidas são de cano curto e permitidas no país. Pesquisa demonstrou fragilidade no controle do armamento no Brasil.

Por PI TV 2ª edição
16/06/2018 08:19 - Atualizada há 1 hora

PERFIL DAS ARMAS

- Cano curto
- Armas permitidas no país
- 95% de fabricação nacional

Um levantamento feito pela ONG Sou da Paz traçou o perfil das armas apreendidas no Piauí, entre 2013 e 2016. A pesquisa revelou que a maioria do armamento apreendido é de fabricação nacional, o que demonstra a fragilidade no controle do equipamento no país.

De acordo com o levantamento, no estado as armas apreendidas são de cano curto, permitidas no país e 95% de fabricação nacional. De janeiro a maio de 2018, a Polícia Militar do Piauí apreendeu 167 armas de fogo, 45 simulacros. Já no ano de 2017, foram 255 armas apreendidas.

Fonte: g1.globo.com/pi/piaui

Percebe-se que há novas informações disponíveis no vídeo, como uma entrevista sobre um assalto à mão armada, com o depoimento da vítima. O hipertexto foca nos dados numéricos apresentados no vídeo e na fala do especialista em segurança.

Essa proposta interacional entre vídeo e hipertexto coloca novas informações para o leitor, novas percepções sobre o fato e permite que ele se informe melhor. Esse cenário revela que há características de convergência de propriedade e que as dimensões da convergência de

conteúdos e tecnológica permitem que o portal, através da interação tecnológica dos recursos disponíveis, enriqueça o assunto.

A Tabela 03 oferece, em termos quantitativos, uma visão geral da AC realizada nas matérias jornalísticas do portal G1/PI, considerando as categorias estabelecidas na análise.

Tabela 03 – AC das Matérias Jornalísticas do Portal G1/PI

Título Da Matéria	Categoria 01 - Origem da informação	Categoria 02 – Recurso multimidiático	Categoria 03 – Tipo de Conteúdo	Categoria 04 – Marcas da convergência de conteúdo	Categoria 05 – Tipo de convergência	Categoria 06 – Dimensão da Convergência
Emgerpi oferece descontos de até 90% a mutuários do Programa Minha Casa Legal	TV	Vídeo	<i>Convergen ce</i>	Informações novas	Propriedad e	Conteúdos/ tecnológica
TJ julga ação que prevê suspensão de concurso para cartórios no Piauí	TV	Vídeo	<i>Shovelwar e</i>	Informações repetidas	_____	Tecnológica
Vídeo mostra ambulância sendo rebocada ao deixar paciente em hospital de Teresina	TV	Vídeo	<i>Repurposi ng</i>	_____		Tecnológica
OAB-PI faz vistoria em terminal e encontra falhas no sistema de integração	TV	Vídeo	<i>Convergen ce</i>	Informações novas	Propriedad e	Conteúdos/ tecnológica
Caminhoneiros do Piauí protestam contra aumento no preço dos combustíveis	TV	Foto/ vídeo/ hiperlink	<i>Convergen ce</i>	Informações novas	Propriedad e	Conteúdos/ tecnológica

Motoristas impedem tráfego de caminhões em novo protesto contra alta do diesel no Piauí	TV	Vídeo	<i>Shovelwar e</i>	Informações repetidas	_____	Tecnológica
Seis presos serram grades e fogem da Central de Flagrantes de Parnaíba	TV	Vídeo	<i>Shovelwar e</i>	Informações repetidas	_____	Tecnológica
PRF reforça fiscalização com o feriado prolongado de <i>Corpus Christi</i> e Festival de Inverno	TV	Vídeo	<i>Shovelwar e</i>	Informações repetidas	_____	Tecnológica
Neta de Lampião e Maria Bonita lança livro sobre a avó em Teresina	TV	Vídeo	<i>Shovelwar e</i>	Informações repetidas	_____	Tecnológica
Habilitação para casamento comunitário no Teresina em Ação acontece até hoje (8)	TV	Vídeo	<i>Shovelwar e</i>	Informações repetidas	_____	Tecnológica
Confiante com o hexa, vovó da Copa garante animação e sorte nos jogos da seleção brasileira	TV	Vídeo	<i>Convergen ce</i>	Informações novas	Propriedad e	Conteúdos/ tecnológica
Pesquisa mostra	TV	Vídeo	<i>Convergen</i>	Informações	Propriedad	Conteúdos/

que 95% das armas apreendidas no Piauí são de fabricação nacional 12			<i>ce</i>	novas	e	tecnológica
---	--	--	-----------	-------	---	-------------

Fonte: o autor, 2018.

De acordo com a Tabela 03, observa-se que o G1/PI utiliza o processo de convergência de forma bastante irregular, pois das 12 matérias analisadas, a metade apresentou características de transposição de conteúdos, com referência direta ao que Foust (2006) denomina de *shovelware*, bem peculiar na fase inicial do webjornalismo.

Todas as matérias foram originadas da TV Clube, representante televisiva do grupo. Isto revela uma limitação em ampliar os caminhos e fluxos entre as plataformas que pertencem ao grupo, o que poderia gerar enriquecimento maior nos conteúdos do portal.

O recurso multimidiático utilizado prioritariamente foi o vídeo. Já a foto e o hiperlink foram usados em apenas uma matéria do *corpus*.

A dimensão tecnológica foi predominante, pois apesar de haver repetições em algumas matérias, esta dimensão foi utilizada para que o vídeo chegasse até o portal e fosse inserido na matéria de forma multimídia.

6 MARCAS DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA NA PERSPECTIVA DOS PROFISSIONAIS QUE TRABALHAM NOS PORTAIS CIDADE VERDE E G1/PI

Este capítulo analisa as entrevistas realizadas com os profissionais, previamente definidos na metodologia, dos portais Cidade Verde e G1/PI. Desta forma, no portal Cidade Verde foram entrevistados: o chefe de redação, que respondeu também como diretor de jornalismo, visto que neste portal não há especificamente este cargo; um repórter. No portal G1/PI os entrevistados foram: o diretor de jornalismo; o chefe de redação; um repórter.

Devido a questões éticas, que dizem respeito à utilização de entrevistas em pesquisas com seres humanos, os participantes tiveram suas identidades mantidas sob sigilo. Dessa forma, para fins de identificação neste trabalho, os profissionais do portal Cidade Verde entrevistados foram identificados com a letra A após seu cargo, e os do G1/PI foram identificados com a letra B após o cargo.

6.1 A importância do portal dentro do grupo de comunicação

O diretor de jornalismo B ao ser perguntado sobre a importância do veículo como estratégia comercial para o grupo, afirmou que o portal é essencial nesse processo de ampliação e circulação de informação para garantir lugar de mercado.

Quando a internet começou a entrar nos veículos, em nível comercial, por exemplo, consumia uma pequena fatia. Os próprios veículos de internet tiveram que ir se reinventando e é uma constante. Então, comercialmente, isso aconteceu. Lógico que comparado com a TV ainda não é igual, pois a mídia na televisão é vendida em um valor muito maior que na internet. Só que com o tempo, a internet foi invadindo, com penetração cada vez maior e a TV aberta tem que brigar cada vez mais pelo telespectador, enquanto que o internauta consome notícias através dos portais com maior velocidade, mais facilidade. Então, os veículos de comunicação perceberam que existe um mercado muito maior para se trabalhar. Hoje, comercialmente o portal é muito importante para o grupo. (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018).

Tal contexto de necessidade de criação do portal revela-se similar ao contexto apresentado por Barbosa (2002), ao falar que as empresas passaram a perceber o quão agregadores de audiência, informação e conteúdos são os portais.

Em relação à mesma questão, o diretor de jornalismo A pontuou que ainda há diferenças entre o que o portal representa hoje e como o grupo o almeja.

Há uma separação da TV, onde catequizamos o mercado sobre as diferenças relacionadas entre o investimento na TV, na internet, o que ganha, o tipo de público diferenciado, e temos gerências financeiras separadas, por conta de dar importância do portal para o mercado. Hoje, o portal sobrevive muito pela TV e ainda tem muito a caminhar, só que de forma independente dos outros meios. Isso tudo para que o portal tenha vida própria e possa sustentar o grupo. Temos buscado mercado dentro desse meio. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

Essas respostas são relevantes para entender que ambos os grupos de comunicação possuem compreensão sobre a importância dos portais em sua rede de comunicação, dialogando com outras plataformas, permitindo o processo de convergência em suas variadas dimensões e optando por utilizar os aspectos jornalísticos e comerciais de forma estratégica. Isto reforça o pensamento de Silva Jr (2000), ao mostrar a importância dos portais e a funcionalidade dos mesmos para os grupos.

O portal constitui-se numa poderosa variante de publicização de conteúdo na Internet, no sentido de ao mesmo tempo procurar uma maior permanência do usuário dentro de determinado site, e agregar a essa possível navegação do usuário, uma miríade de serviços que antes, senão impensada, era improvável de ser executada com eficiência técnica. (SILVA JR., 2000, p. 80).

Na análise das matérias do portal Cidade Verde, percebeu-se que, apesar da maioria ser originada da TV, houve também integração com outra mídia, como a rádio Cidade Verde, em duas matérias. Inclusive, estas apresentaram características de contexto convergente, trazendo novas informações e permitindo ao leitor enriquecer sua leitura.

Essa proposta corrobora com o que relatou o diretor de jornalismo A, que falou sobre a relação do portal com os conteúdos de outros meios e a relação disso no processo de convergência.

Essa relação ela é simbiótica, porque uma das funções do portal, desde o início, é de divulgar as coisas da TV, pois somos um sistema único, com quatro veículos independentes e fortes, que andam em conjunto. É preciso divulgar os telejornais, as entrevistas com autoridades, por exemplo [...] onde nós [profissionais do portal] acompanhamos a entrevista, tiramos foto, pegamos as principais informações, fazemos matéria, além de lançar o vídeo completo, o que acaba por ser algo integrado, sinérgico e característico da convergência. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

O portal G1/PI embora apresente cinco matérias, dentre as 12 analisadas, que possuem marcas do processo de convergência de conteúdo, com o enriquecimento da informação, também apresenta uma quantidade maior de matérias (seis) que se referem à primeira fase do webjornalismo, marcada pela simples transposição e repetição de conteúdo. Além disso, o

mesmo o grupo embora possua emissoras de rádios, também não utiliza no portal conteúdos desses veículos. Esse quantitativo nos dá uma breve noção de que o portal G1/PI não integra de maneira efetiva todos os seus meios de comunicação. Apesar de utilizar do processo de convergência, apenas a TV serve como parte do diálogo multimidiático do grupo. Isto diminui oportunidades que possam criar melhor compartilhamento de conteúdos, resultando em melhores informações.

O diretor de jornalismo B relata que existe sim uma integração entre os veículos do seu grupo e que há um só jornalismo. Porém, no *corpus* analisado, além das repetições das matérias, não são utilizadas outras mídias além da televisão.

Quanto ao que consideram como convergência e a aplicação da mesma nos portais, o diretor do jornalismo A pontuou que o processo é uma estratégia de melhoramento e posicionamento do grupo através do portal, aperfeiçoando suas notícias, criando um cenário positivo e acredita nessa relação com as outras mídias como parte essencial desse processo.

A ideia é entender que somos uma só empresa. Essa filosofia da aplicação do processo de convergência do portal é importante porque fortalece a marca. A TV tem uma marca, uma credibilidade [...] e o portal também tem esse papel de manter a qualidade dessa marca com boas matérias. Então, o processo de convergência acontece também pela necessidade de manutenção positiva da imagem do grupo e é uma grande preocupação que isso flua de maneira clara entre as mídias e nosso público. A gente falar de integração e convergência é recente no portal. Ainda estamos entendendo os protocolos principais necessários para aplicar o processo de convergência. Deve-se ter a noção que a integração, a convergência, é mudança de comportamento, de postura, uma nova mentalidade, uma nova cultura e isso exige muito em qualquer empresa. É preciso um planejamento estratégico que se inicia desde a diretoria. Isso só acontece com muito trabalho e cooperação de um todo. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

Essa ideia geral que o grupo apresenta condiz com os resultados apresentados na análise de conteúdo das matérias, que mostraram, em sua maioria, aspectos de sites jornalísticos com características da convergência em seus conteúdos e no uso da tecnologia para criar situações e contextos multiplataformas. Há um esforço, por parte do portal em entender que a convergência deve ser considerada para uma melhoria de imagem e de mercado. Isto remete ao que fala Jenkins (2009) ao afirmar que a convergência vai além de aspectos tecnológicos.

O diretor de jornalismo B, ao falar sobre o que considera como convergência, destacou sua importância e relevância nos dias atuais, relacionando com conteúdos, com integração midiática e jornalismo multiplataforma.

Antes, tudo era apenas uma replicação de conteúdos. A TV tem conteúdo x, vamos então divulgar esse conteúdo x. No início, era visto apenas isso. Só que o processo é muito mais amplo, é muito maior. E o modo como eu imagino, e como o portal coloca em prática essa convergência é convergência de pensamentos, convergência de pautas, divisão de pautas, de um trabalho coletivo e é assim que se faz a convergência. Não é só dividir o espaço físico, é dividir conteúdo e dividir saberes e isso deve acontecer naturalmente no dia a dia. Essa notícia é de portal, essa notícia é de TV aberta. Não existe mais isso, os conteúdos se entrelaçam, se cruzam. O que prevalece é o jornalismo, é a notícia, é o grupo. No começo, não era assim, houve muitos questionamentos. Isso é só uma moda? Isso vai passar? Será se a TV vai perder seu espaço? Há espaço para todo mundo. Agora quem fica parado, contando apenas com forças e estratégias de coisas datadas, de dinâmicas do que aconteceu no passado, vai perder terreno, vai ficar para trás. O mundo se movimenta e tudo vai mudando. Na comunicação e no jornalismo é assim. É preciso que estejamos adaptados ao que está acontecendo no dia a dia, experimentando formatos todos os dias, até entendermos o que está sendo atual. O importante é disseminar informação. Não é a busca de audiência por si só não. A meta é buscar telespectadores, internautas, buscar o público geral para dar informação (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018).

Os diretores de jornalismo de ambos os portais dizem que os grupos entendem bem o conceito de convergência, a importância dela para a sobrevivência das empresas, a necessidade de um modelo multiplataforma, com ampliação e maior circulação de conteúdos, e revelam o interesse dos grupos em modificar suas estruturas e práticas nos dias atuais. Isto reforça o que destaca Alves (2006, p. 98) “o entendimento do alcance dessas transformações na mídia é fundamental para sobrevivência das empresas de comunicação tradicionais, que precisam se tornar emissores multimídias”. Tal contexto comprova o que diz Saad (2003) sobre a adaptação de diversas empresas tradicionais e grupos de comunicação no Brasil que se adequaram ao webjornalismo e a uma estrutura pautada pela multimídia e pela convergência.

Observamos emissores – as empresas informativas – buscando adequar suas estruturas internas de organização das atividades e pessoas; buscando um outro modelo de sustentação de seus negócios [...] A própria mensagem passa por transformações, seja no fluxo de produção de conteúdos, seja no conceito de conteúdo alavancado pelos recursos de hipermídia, além de um novo papel para os jornalistas e comunicadores potencializados pelos recursos digitais. (SAAD, 2003, p. 57).

Apesar de entenderem inicialmente sobre o processo de convergência, o portal Cidade Verde consegue demonstrar melhor a integração de suas plataformas, visto que utiliza mais as plataformas disponíveis e apresenta mais matérias com características de sites jornalísticos convergentes.

Assim, os relatos dos diretores de jornalismo pontuam o esforço estratégico dos portais em direcionar suas práticas para a adoção do processo da convergência, revelando interesses jornalísticos e empresariais. Neste ponto, há uma correlação com o que pontuam Salaverría e Negredo (2008) ao afirmarem que:

As estratégias comerciais das empresas de comunicação perseguem utilizar de forma eficaz cada uma das diferentes plataformas de multidifusão, tendo em conta suas diferenças e complementaridades tecnológicas, e preservando ao mesmo tempo a coerência de seus conteúdos. (SALAVERRÍA, NEGREDO, p. 37, tradução nossa)⁶.

Estrategicamente, há uma compreensão global sobre os efeitos positivos do processo de convergência e o que ele representa estrategicamente para cada um dos grupos analisados.

6.2 Tipos e dimensões da convergência na visão dos profissionais

No contexto do webjornalismo praticado pelos portais, há um ambiente marcado por tecnologias, que permitem identificar as marcas do processo de convergência com integração entre os suportes, revelando mudanças estruturais. Isso reforça que:

o processo de convergência acarreta profundas implicações para a estratégia empresarial, mudanças tecnológicas, elaboração e distribuição de conteúdos em distintas plataformas, o perfil profissional dos jornalistas e a forma de acesso ao conteúdo (SCHWINGEL, 2012, p.108).

Sobre tais implicações, percebeu-se, nas análises de conteúdo das matérias, as relações de mudança no conteúdo dentro do ambiente convergente, como no exemplo da matéria “Ciclofaixas são retiradas da Duque de Caxias e colocadas em vias paralelas”, do portal Cidade Verde, e da matéria “OAB-PI faz vistoria em terminal e encontra falhas no sistema de integração”, do portal G1/PI, que usam de forma adequada as dimensões de conteúdo e tecnológica da convergência, trazendo novas informações e agregando conteúdo multimídias.

Apesar de existirem tais casos, o Cidade Verde apresenta na maioria das matérias aspectos da convergência, enquanto que o G1/PI apresenta mais matérias com características de transposição. Isto mostra uma prática que, de acordo com o repórter B, pode acontecer:

⁶ Citação original: “*Las estrategias comerciales de las empresas de comunicación persiguen utilizar eficazmente cada una de las diferentes plataformas de multidifusión, teniendo en cuenta sus diferencias y complementariedades tecnológicas, y preservando al mismo tiempo la coherencia de sus contenidos*”. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 37).

Existem ocasiões que trabalhamos de forma cooperativa com a TV, produzindo informações diferenciadas do mesmo fato, em que trabalhamos reunindo informações, dividindo tarefas de apuração, mas existem casos que a gente transcreve [...] Como também existem casos em que a matéria da TV está com bastante informações e a gente pega aquelas informações e coloca em um texto mais legal para o internauta ler, colocando o vídeo ou *print* do vídeo e a matéria vai publicada no portal dessa maneira. Em suma, existe uma adaptação de cada situação do fato, da notícia. E aí a gente percebe também que essa questão da convergência passa a ser uma situação de várias oportunidades que temos de resolver em diferentes problemas do jornalismo, relacionada a enriquecimento de informações, troca de informações entre os meios. Aparecem situações. A partir daí, a gente parte e busca um jeito de resolver e ficar mais rico o conteúdo que é publicado. (REPÓRTER B, 2018).

O repórter B entende que o portal precisa mudar em relação à convergência, pois acrescenta que:

Estamos ainda em um processo de consolidar esse processo de convergência. Na parte tecnológica, estamos melhorando cada vez mais, pois, por exemplo, estamos adaptando os repórteres sobre como produzir vídeos, utilizar mais ferramentas que auxiliem na produção. Em relação ao conteúdo, é perceptível que o que chega de outros suportes ainda é pouco e acabamos precisando de mais informações para que o fato seja noticiado de forma mais completa. (REPÓRTER B, 2018).

O Cidade Verde, por sua vez, amplia sua rotina de produção, que reflete diretamente no conteúdo das matérias, que possuem positivas características do processo de convergência, revelando esforço integrado para a produção, integração e circulação de conteúdos entre as plataformas.

Por exemplo, na rádio, quando vai um entrevistado que pode repercutir de alguma forma, nós, do portal temos essa relação de ligação [...] e aquela entrevista já gravada pode ser transformada numa matéria, além deles nos disponibilizarem o áudio. Na relação com a TV, diariamente o portal já tem estabelecido essa rotina de repercutir as entrevistas dos jornais televisivos, onde, as entrevistas são trabalhadas em forma de matéria para o site, depois de serem assistidas e transformadas para o ambiente da internet. E para revista, muitas vezes, o que acontece com maior frequência é as matérias do portal servirem de base para matérias da revista. (REPÓRTER A, 2018).

O repórter A completa ainda que os conteúdos desde sua concepção buscam ser trabalhados como propostas do processo de convergência, da integração entre as mídias e da cooperação mútua entre as plataformas:

Inclusive, a gente trabalha sempre no sentido de unir os meios que temos disponíveis aqui no grupo (revista, site, internet e rádio), através de uma

linguagem que permita que o conteúdo produzido possa fluir por diversas plataformas e olhando para o contexto da convergência. Tentamos ao máximo produzir o conteúdo para todos os tipos de meios de comunicação e como resultado temos conteúdos que foram produzidos no portal que acabam indo para TV, para a rádio, revista e vice-versa, sendo parte crucial essa integração midiática. (REPORTÉR A, 2018).

6.2.1 Tipo de convergência

Na análise das matérias, o tipo de convergência mais presente foi o de propriedade. A incidência no portal Cidade Verde foi de 10, das 11 matérias analisadas. No G1/PI, que apesar de apresentar matérias com características *shovelware*, o tipo de convergência de propriedade esteve presente em cinco matérias.

Esse tipo de convergência, estabelecida por Gordon (2003), faz referência à situação onde um mesmo grupo de comunicação controla a criação e distribuição de conteúdo por diferentes plataformas, utilizando-as de forma integrada e colaborativa.

Assim, a presença destes aspectos se confirmado nas entrevistas. O diretor de jornalismo B revela que a busca pela convergência no processo jornalístico do portal e do grupo é algo natural e que há um esforço em disseminar informação e compartilhar conteúdos.

A maior contribuição é para o jornalismo. A convergência é uma coisa natural, que já acontece muito e vai acontecer muito mais, sendo um caminho sem volta. O que queremos é disseminar informação, a boa e correta informação. E a nossa maior força é a credibilidade. Quando buscamos trabalhar a interação, por exemplo da televisão em relação a portal, a gente sabe que não está disputando ali uma audiência direta. O telespectador mudou. Há muito tempo, existia aquele que ficava direto na TV. Hoje, ninguém para na frente da TV. E a televisão não perde audiência para o portal, nem vice versa, havendo sim uma aglutinação, pois o portal passa e retrata também o conteúdo da TV, ganhando força. A pessoa não deixa de acompanhar o portal para acompanhar a TV, ela acompanha em conjunto também a televisão, é uma união de forças. E isso vai acontecer cada vez mais. Isso exige mudanças estruturais, mudanças físicas. Antes, a redação não havia sido pensada, por exemplo, para ancoragem de “ao vivos” e essa é uma das mudanças para o próximo ano, de ter portal falando na televisão. Isso é convergência. Assim como na TV, o telespectador sabe onde procurar notícias de verdade, para ser bem informado. Ele sabe que vai encontrar na TV [...] bons profissionais, isenção. Da mesma forma o internauta também sabe que ao abrir o portal vai encontrar um material de qualidade. (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018).

A direção de jornalismo do Cidade Verde é direta sobre os aspectos de criação e distribuição dos conteúdos entre as plataformas, revelando características que condizem com aspecto do tipo de convergência de propriedade.

Os veículos que formam o grupo estão em processo de integração, tentando descobrir o caminho correto para estas mídias. Há um ano, estamos tentando trabalhar essa escolha, onde o tema central para estratégias futuras é a integração. O grupo, através do portal, vem sendo guiado nesse processo de integração, que é um caminho a ser descoberto, a fim de entender melhor os protocolos necessários dessa integração. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

Condizente com o que até agora foi encontrado, ambos os portais apresentam em suas matérias características de um processo de convergência de propriedade. Tais relatos nas entrevistas pontuam características do que Kischinhevsky (2009) fala sobre a mudança nos cenários da Europa e Estados Unidos.

A onda de fusões e aquisições no setor de mídia ao longo da última década intensificou projetos de convergência, visando a captura de sinergias. A exemplo do que ocorreu nos Estados Unidos e na Europa, grandes grupos brasileiros de comunicação estabeleceram sistemas de cooperação e intercâmbio de conteúdos entre seus veículos nas mais diversas plataformas. (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 63).

Esse esforço em adotar sistemas de intercâmbio e cooperação entre seus veículos, faz compreender que as empresas entendem estrategicamente o papel da convergência no sentido de ampliar suas mídias, mesmo em um ambiente incerto, pois cada caso específico e cada grupo possui suas particularidades com as quais pode trabalhar.

Assim, observa-se maior amadurecimento do Cidade Verde em lançar um olhar mais cuidadoso ao processo de convergência, inclusive integrando mais plataformas.

6.2.2 Dimensão da convergência

Outros aspectos abordados nas entrevistas foram as dimensões da convergência e sua usabilidade para aspectos estratégicos no jornalismo e na empresa. A seguir, é apresentada a visão dos profissionais em relação a cada uma das quatro dimensões: de conteúdos, tecnológica, empresarial e profissional.

6.2.2.1 De conteúdos

O portal G1/PI apresenta algumas matérias com características da convergência de conteúdos, embora a maior quantidade de matérias analisadas possua características *shovelware*. Entretanto, seus profissionais entrevistados entendem a importância da

convergência de conteúdos e da relação do portal com os outros veículos do grupo, para a troca de informações necessária. Porém, o chefe de redação B identifica que existem certos impasses para a o enriquecimento de matérias, pois adaptações ainda estão sendo feitas no conteúdo da TV, por exemplo, que será divulgado no portal.

Trabalhamos de forma diferente, mas todo mundo tenta fazer tudo. Agora, busca-se iniciar essa conversação de que os profissionais da TV, por exemplo, possam fazer material para o portal. Sobre conteúdo, a TV tem mais tempo para produzir material exclusivo, por exemplo. Porém, a equipe do portal quase nunca é chamada, quase não participamos da pré-produção, produção e execução desse conteúdo que é veiculado na TV. Vendo isso, acredito que deveríamos ter uma maior integração para um conteúdo que a TV está produzindo. Isto é algo que faz falta, porque através do nosso olhar [portal] pode-se produzir um conteúdo diferenciado e não apenas reproduzir o que está sendo feito. O que é válido dizer é que nosso espaço é ilimitado na internet, então, pode-se produzir sempre além. Isso faz falta. Ainda acho que não conseguimos 100% dessa integração voltada para esse tipo de conteúdo no ambiente convergente. (CHEFE DE REDAÇÃO B, 2018).

Essa proposta de mudança, referente às matérias da TV encaminhadas para o portal, deveria integrar mais os profissionais do próprio portal, a fim de que o conteúdo possa ser divulgado com novas informações. Tal cenário contribui para que matérias, como as que apareceram na análise, sejam constantes e apresentem conteúdos repetitivos.

Por outro lado, o diretor de jornalismo A ressalta que busca a integração entre plataformas.

Queremos que o internauta acesse e saiba que no portal ele vai ter um material diferenciado, sejam fatos, fotos, vídeos e textos. O que quero colocar é que ele acesse o portal e perceba algo de diferente, seja no olhar, na estrutura, na informação, na abordagem e esse processo da convergência ajuda a melhorar o processo da velocidade, da instantaneidade, pois se têm mais integração entre os profissionais. Hoje, por exemplo, nós temos acesso em sua maioria pelo celular e precisamos saber como melhorar isso, como melhorar a visualização do site através do celular. Ao olhar o conteúdo exposto, percebe-se que às vezes, a televisão noticia um fato por um lado, e o portal noticia tal acontecimento por outro caminho [...] Desde o início nós indicamos que o repórter, quando vai para rua, possa filmar, gravar e trazer o material para ampliar nas outras mídias. Esse mesmo repórter é o que faz o texto, edita o vídeo, edita o áudio, pois ele já é multimídia. Essa raiz multimídia que nasceu junto com o portal deve ser aprimorada também com os profissionais dos outros meios, com uma mudança de postura, visto que o próprio mercado exige isso do profissional (DIREÇÃO DE JORNALISMO A, 2018).

Observa-se que o portal Cidade Verde cria, assim, um cenário de maior diversificação multiplataforma, confirmado pelas entrevistas e pela análise de conteúdo das matérias. Enquanto que o portal G1/PI apresenta maior número de matérias com características da 1ª fase do webjornalismo.

A postura diferente dos dois portais analisados remete ao que fala Alves (2001) sobre as práticas iniciais do webjornalismo e o uso da internet.

Ao inventar o jornal na Internet, os jornais acharam de início que era possível simplesmente transferir seu modelo de negócio e seu conteúdo para o novo meio. Ignoravam, assim, as características e as limitações da comunicação mediada por computadores. Nenhuma surpresa, portanto, que essa simples transferência de produto de um formato a outro não tenha dado certo. (ALVES, 2001, p. 01).

Nesse sentido, as empresas devem enriquecer seus conteúdos ao migrarem de plataformas, entendendo que a web é um lugar de muitas potencialidades. No caso dos portais, eles dispõem de um conjunto de oportunidades proporcionadas pela internet e, por isso, não devem mais ficar restritos aos mesmos limites que os meios tradicionais tinham que respeitar (ALVES, 2001).

6.2.2.2 Tecnológica

A dimensão tecnológica da convergência está relacionada ao próprio uso e adoção do processo para facilitar as características multiplataformas que um portal de notícias pode ter. Essa dimensão está presente nos dois portais.

A tecnológica não acaba nunca. Essa brincadeira de fazer TV, de fazer portal de notícias de empresa de comunicação é uma brincadeira cara. Os investimentos são constantes. Hoje, estamos muito bem em relação ao portal e precisamos continuar avançando. Brigando por um link de transmissão de eventos, por uma nova ilha de edição, por novas ferramentas e estamos crescendo desde a origem do portal. (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018).

Em relação a esta dimensão, o portal Cidade Verde apresenta matérias predominantemente mais convergentes e trabalha de forma mais integrada com os outros veículos do grupo. “Os veículos que formam o grupo estão em processo de integração, tentando descobrir o caminho correto para estas mídias”, destaca o diretor de jornalismo A.

Mesmo em constante desenvolvimento para a integração, as matérias analisadas comprovam que existe a dimensão tecnológica do processo de convergência.

6.2.2.3 Profissional

Essa dimensão do processo de convergência afeta a reconfiguração das práticas profissionais do jornalista, alterando o próprio fazer jornalístico. Machado e Palacios (2007) falam de profissionais que se adaptam de forma flexível ao cenário do jornalismo e reagem de forma criativa aos processos produtivos que surgem nas empresas de comunicação. Tal adaptação altera a rotina de trabalho e exige novas qualificações dos profissionais, como atuar em várias plataformas.

Nas entrevistas realizadas com os profissionais dos portais analisados, percebe-se que ambos os portais utilizam esta dimensão em seus processos jornalísticos, pois buscam profissionais com características multiplataformas, que possuam funções diversificadas e que possam estar preparados para ampliar a circulação de notícias entre as plataformas. O diretor de jornalismo B pontua que esse é um caminho já percorrido desde o início pelo profissional que trabalha no portal G1/PI.

Em relação aos profissionais, essa é a melhor parte. O jornalista precisa ser múltiplo, precisa ser multifacetado. A turma que chega para o portal é uma turma múltipla, da nova geração, que se bobear e precisar, grava com qualidade, faz texto. É muito mais difícil o contrário, quando o profissional vem da TV. Mas, essa transformação é necessária. Escutar os lados, escutar opiniões conflitantes, preservar fontes, direitos de imagem e resposta. E no olhar da convergência para o conteúdo, por exemplo, tivemos matérias da TV que partiram de uma matéria do portal. Isso é maravilhoso. Esse caminho entre TV e portal é tranquilo. Eles caminham lado a lado de forma tranquila. (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018).

O portal Cidade Verde também relata o caráter multimídia de seus profissionais. O diretor de jornalismo A pontua que existe uma troca entre os profissionais buscando uma integração profissional de auxílio entre os suportes.

Os profissionais de outros veículos do grupo também apoiam em conteúdo o portal de notícias, com produção de áudios, vídeos, havendo essa integração conjunta. A base de tudo hoje, quando o funcionário entra no grupo, é que ele não vai ser só da TV, ou do portal, ou da revista, ele pode também auxiliar na revista, rádio, portal, no que for necessário. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

O relato anterior do diretor de jornalismo A é confirmado na fala do repórter A, que trabalha no mesmo portal, ao dizer que a base de sua prática jornalística é pautada

continuadamente para o processo de convergência, que dele é exigido um conhecimento prévio multimídia e sobre saber cooperar com outros suportes.

Eles ensinam quando necessário, mas, ao entrar, já é exigido o mínimo de noção multimídia relacionada a equipamentos e ferramentas. Assim, o site sempre trabalhou com essa ideia, essa proposta de convergência, principalmente pelo fato de estar na internet e este ser um ambiente propício para a convergência. Além de ser importante para os outros meios do grupo, principalmente pelo fato de ser um portal de notícias de uma emissora de TV. Aqui, há a orientação da redação ser integrada, de sermos orientados a conversar com produtores dos outros meios do grupo para sabermos quais pautas estão sendo discutidas. (REPÓRTER A, 2018).

O repórter acrescenta ainda que há uma integração entre as redações do grupo e um fluxo contínuo de conversação com produtores e profissionais dos outros meios, além de um entendimento, desde o repórter até o diretor de jornalismo, da importância dessa dimensão do processo de convergência para o conteúdo do portal e para o grupo como todo.

Assim, ambos os grupos conseguem entender estrategicamente como é importante que o profissional em um ambiente de convergência possua habilidades multimídias, para que possa atuar de forma integrada em todos os veículos do grupo no qual trabalha.

6.2.2.4 Empresarial

Essa dimensão diz respeito sobre como as empresas de comunicação adotam a convergência como fator estratégico para lidarem com o mercado e o jornalismo, buscando vantagens e diferenciação no que diz respeito ao aproveitamento de particularidades dos suportes que utilizam. Os grupos podem, assim, ampliar seus negócios. Por isso, há uma constante mudança dos grupos comunicacionais para descobrirem quais melhores estratégias devem ser adotadas e praticadas. Assim, uma dessas estratégias, é a própria criação de portais de notícias, em grupos que começaram através da televisão, por exemplo, para que tenham um papel de centralidade na circulação das informações jornalísticas produzidas no grupo.

No portal G1/PI, o diretor de jornalismo entende que esse processo de centralidade ainda é inicial para o portal de notícias. “Ainda não pode se levar a isso: a essa aglutinação. Até porque, em origem, começamos como uma emissora de TV e é difícil de dissociar disso, mesmo com toda a descrição evolutiva já relatada” (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018). Perguntado sobre a contribuição do processo dentro dessa dinâmica estratégica, ele afirma que:

Esse é o caminho da convergência. Entrando o fenômeno da internet, que chega junto com o internauta, que quer consumir informação a seu modo,

customizado, e isso fez com que aumentasse cada vez mais o caminho da convergência entre a TV e o portal, sendo um caminho evolutivo constante, sem fim, sem como volta. (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018).

No portal G1/PI percebe-se que a dimensão empresarial da convergência existe e é relevante para o conteúdo convergente no portal, apesar de estar em menor número, quando comparado ao Cidade Verde. Existe a concepção e o entendimento, por parte dos profissionais entrevistados, desta estratégia do G1/PI. O diretor de jornalismo B afirma que é uma constante evolução marcada pela passagem do tempo e pela busca de ser um só jornalismo.

Há uma integração e é uma coisa que não acontece naturalmente. Esse trabalho de convergência, com o passar do tempo e com a assimilação por parte de toda redação de que somos um só, de que formamos um único jornalismo. Isso se tornou mais natural. Mas, no início, quando se vinha para uma emissora de TV se tinha uma separação entre o que é TV e o que é portal. (DIRETOR DE JORNALISMO B, 2018).

O chefe de redação B ainda pontua, por exemplo, essa relação de fluxo, pela qual a internet ganha notoriedade através dos portais de notícias, como forma de ampliar e melhorar a circulação dos conteúdos.

Primeiro, conseguimos com mais rapidez. A TV sabe de algum assunto em determinado momento, mas só lança no jornal. Se eles [da TV] tiverem assunto que possam passar para o portal, a gente coloca já no ar. Não só por eles já terem feito, pois, por exemplo, enquanto nós estamos apurando o problema, a TV já pode buscar nota com a assessoria, ouvir o outro lado, em vez de apurarmos ou buscarmos a mesma coisa, a mesma fonte, mas construímos juntos o conteúdo. (CHEFE DE REDAÇÃO B, 2018).

Estratégias como essas revelam a concepção de mudanças estruturais e servem de exemplo para a dimensão empresarial da convergência, definindo novas organizações para o ciclo de informações, incluindo desde a produção até a circulação por entre as mídias do grupo.

No portal Cidade Verde também é notória a dimensão empresarial da convergência na rotina produtiva do jornalismo, como também nas práticas de posicionamento de imagem. Isso é visto na fala do diretor de jornalismo A sobre como o portal é visto em relação aos outros veículos do grupo.

O portal caminha para essa vertente de tornar-se um grande agregador, de conteúdo e das mídias. Desde sua origem, o portal teve esforço em pautar as outras mídias, pautar outros jornais, além de reproduzir os conteúdos das

mídias do grupo. O repórter do portal sai para rua, embutido de uma cultura já inserida na redação de que ele vai para rua, sabendo que ele representa o grupo. Ele pode dar apoio para rádio com sonoras, pode dar apoio para a TV através de vídeos para serem apresentados nos telejornais. O portal está sendo estruturado de uma forma de ser o grande mentor dessa integração midiática e forçando a empresa a ser multiplataforma. O que percebemos é que a chegada do portal ajudou nesse processo de aglutinação, de agregação e convergência com os outros meios e isso favorece de se integrar ao vídeo, ao rádio. É uma integração que estamos avaliando como acontece, como é essa integração, quais caminhos devem ser tomados, e percebemos também a responsabilidade nesse processo de integração e convergência, porque o portal tem essa capacidade única de aglutinar todos os veículos e estamos embutindo cada vez mais os profissionais de serem participantes dos veículos que fazem parte do grupo. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

Além de compreender a centralidade e poder de aglutinação que o portal possui nos dias atuais, o diretor de jornalismo A pontua estrategicamente que a integração acontece justamente pela capacidade única do portal agregar conteúdos multiplataformas, além de entender que deve ir além, fomentando uma cultura profissional de convergência, nas mais diversas dimensões do processo.

Os internautas, os empresários, os publicitários ainda estão no processo de descobrir a importância do webjornalismo e é preciso toda uma percepção de que vale a pena investir. Sempre se voltando para a questão de entender como um produto/plataforma de mídia pode ter desenvolvido seu lado comercial e seu lado jornalístico. A direção já determinou que precisa haver integração no grupo de mídia, mas para isso funcionar eu tenho que mudar pensamentos e culturas e é nesse processo que nos encontramos. Existem melhorias a se fazer no processo de convergência. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

Esse cenário favorece estrategicamente o grupo de comunicação. Vale ressaltar que o diretor de jornalismo A pontua que este é um processo de descoberta, mas que é valoroso investir e que existe esse direcionamento dentro do grupo.

No caso do G1/PI, percebe-se nas entrevistas do diretor de jornalismo e do repórter B que o processo de convergência está em evolução, com constantes mudanças que ainda estão a acontecer e a serem amadurecidas.

No portal Cidade Verde, por meio da entrevista do diretor de jornalismo A compreende-se um amadurecimento mais organizado e direcionado para integração do portal com as outras mídias. Ideia concebida desde a origem do portal, que é parte fundamental da estratégia de aglutinação entre as plataformas do grupo.

Outro ponto de destaque no portal Cidade Verde dentro desse processo evolutivo da convergência é o surgimento do aplicativo para celular CV PLAY (Figura 24), lançado no 2º semestre de 2018, com *link* direto para a Rádio Cidade Verde e a TV Cidade Verde. Este fato insere o portal na quinta geração do webjornalismo, que, segundo Barbosa (2013), diz respeito ao jornalismo que incorpora as redes digitais e os formatos dos dispositivos móveis, atuando como “novos” agentes do consumo de conteúdos jornalísticos.

Figura 24 – Aplicativo CV PLAY



Fonte: CV PLAY, 2018.

Isto revela uma estratégia do grupo para fazer circular conteúdos em mais plataformas. Sobre isso, o diretor de jornalismo A acredita que:

O processo de convergência está em processo de descoberta. Por exemplo, dias atrás lançamos um aplicativo específico para dispositivos móveis chamado CV PLAY. Nesse aplicativo, o internauta, o leitor do Cidade Verde pode ter acesso a vídeos produzidos na televisão, às principais matérias publicadas no portal e acesso online para a rádio Cidade Verde. Caso o leitor tenha perdido o telejornal, ele pode acessar o vídeo das reportagens. O portal também cede acesso para ouvir a rádio, além de também disponibilizar os vídeos dos programas jornalísticos exibidos na emissora e de fornecer informações sobre a revista. Tudo isso no portal. Então, esse processo de convergência segue nesse nível. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

A Figura 25 mostra os recursos disponíveis no *menu* do aplicativo ligando às outras mídias do grupo, incluindo o portal Cidade Verde.

Figura 25 – Recursos CV PLAY

Fonte: CV PLAY, 2018.

Portanto, é possível afirmar que ambos os portais compreendem a importância da dimensão empresarial da convergência no uso de suas plataformas dentro de cada grupo.

7 ANÁLISE COMPARATIVA DO PROCESSO DE CONVERGÊNCIA PRATICADO PELOS PORTAIS CIDADE VERDE E G1/PI

Esse capítulo estabelece pontos comparativos entre os portais, com a finalidade de responder o terceiro objetivo específico desta pesquisa, que é comparar os aspectos que especificam cada uma das marcas do processo de convergência praticada pelos portais Cidade Verde e G1/PI, tendo como fundamento tanto o que foi percebido na AC das matérias do *corpus*, como as informações obtidas por meio das entrevistas com os profissionais que trabalham nos veículos estudados.

Para fins de organização da comparação, estabeleceu-se que as categorias utilizadas na AC serviriam como tópicos comparativos dos portais, a saber: **Origem da informação (Categoria 1); Recurso multimidiático (Categoria 2); Tipo de conteúdos (Categoria 3); Marcas da convergência de conteúdos (Categoria 4); Tipo de convergência (Categoria 5); Dimensão da convergência (Categoria 6).**

Assim, o primeiro tópico a ser comparado diz respeito à origem da informação. Conforme revelou a AC das matérias, o portal G1/PI utilizou, em todas as 12 matérias analisadas, o vídeo proveniente da TV Clube, a emissora de televisão do grupo. Isto revela um cenário de não-ampliação do uso de outras mídias, como por exemplo, da emissora de rádio, que o grupo também possui. A relação TV-web, dentro do grupo, portanto, ainda é forte, configurando um cenário similar ao que fala Barbosa (2002) sobre a percepção de um grupo em expandir seus conteúdos de outras mídias para a internet através dos portais, sendo que prevalecem os conteúdos televisivos.

O portal Cidade Verde, na Categoria 1, manteve o mesmo viés do G1/PI, pois nove das 11 matérias analisadas tiveram origem na TV Cidade Verde. Apenas duas matérias foram originadas da emissora de Rádio Cidade Verde. Esse cenário revela que o Cidade Verde, de forma ainda bastante tímida, tentou a integração com o veículo rádio. Porém, a revista do grupo não foi utilizada no *corpus* analisado.

A Categoria 1 - Origem da informação – revelou, dessa forma, como os portais estabeleceram a integração com outras mídias do grupo.

A segunda categoria - Recurso multimidiático – mostra que no portal G1/PI prevalece o uso do vídeo (nas 12 matérias do *corpus*), o que já era previsto, considerando que todas as matérias analisadas tiveram origem na TV. O *hiperlink*, importante recurso multimidiático, aparece em apenas uma matéria, mesma quantidade do recurso foto. O uso do vídeo,

transferido da emissora do grupo para o G1/PI, faz com que o conteúdo da TV seja repetido no portal. Não houve variação no uso de outros recursos do webjornalismo, como forma de enriquecer as matérias. Como não foram utilizadas matérias provenientes da emissora de rádio, o recurso áudio acabou também não sendo usado.

Já o portal Cidade Verde, além de apresentar quantitativamente mais recursos (oito vídeos, sete fotos e três hiperlinks) do que o portal G1/PI, apresenta também o diferencial do uso do áudio (três), que aparece como consequência da relação de integração que o portal estabeleceu com a rádio Cidade Verde, do mesmo grupo.

Isto mostra que o G1/PI apresenta características de um portal ainda dependente da transposição de conteúdos e que se relaciona com as outras plataformas do grupo de maneira ainda restrita. Já o Cidade Verde apresentou características hipermidiáticas mais bem desenvolvidas, utilizando de maneira mais enriquecedora as possibilidades que a internet oferece ao jornalismo.

A Tabela 04 mostra, quantitativamente, o uso destes elementos pelos portais estudados.

Tabela 04 – Recurso multimidiático

Portal	Hiperlink	Vídeo	Foto	Áudio
Cidade Verde	3	8	7	3
G1/PI	1	12	1	0

Fonte: o autor, 2018.

A análise da terceira categoria - Tipo de conteúdos - baseada nas categorias de Foust (2005) - *shovelware* (mera transposição de conteúdos do meio tradicional para a internet), *web extras* (adição de alguns serviços de atualização e/ou interatividade) e *convergence* (integração de conteúdos multimídia) - mostra uma forte diferenciação entre os portais.

O G1/PI revelou características mais próximas de um portal transpositivo, visto que possui seis matérias com tais características. Esse cenário mostrou também aspectos ligados à 1ª fase do webjornalismo, marcada pela repetição, transposição de informação de meios tradicionais, no caso da TV, sem linguagem adaptada para a internet, marcando-o como um portal *shovelware*. Por outro lado, o Cidade Verde revelou nove matérias, das 11 analisadas, com características de *convergence*.

Tabela 05 – Tipo de conteúdos

Portal	Tipo de conteúdos
Cidade Verde	<i>Convergence</i>
G1/PI	<i>Shovelware</i>

Fonte: o autor, 2018.

A quarta categoria - Marcas da convergência de conteúdos – analisou aspectos relacionados ao uso de novas informações nas matérias, a fim de entender o contexto da convergência de conteúdos.

Assim, surgiu novamente uma diferenciação entre o portal Cidade Verde e o G1/PI, visto que esta categoria está diretamente relacionada a uma proposta de amadurecimento da convergência de conteúdos que os portais buscam executar. Enquanto o Cidade Verde apresentou nove matérias com novas informações (*convergence*), e mesmo uma matéria que teve característica de *repurposing* ainda assim também trouxe informações novas, o G1/PI apresentou apenas cinco matérias com características de marcas de convergência de conteúdos, ou seja, com novas informações agregadas à notícia. O G1/PI revelou-se, dessa forma, um portal com maior número de matérias com características de transposição do que o Cidade Verde.

Na análise da quinta categoria - Tipo de convergência - fundamentada nos cinco tipos de convergência - propriedade, narrativa, tática, estrutural e coleta de dados - de Gordon (2003), observou-se um cenário em que ambos os portais apresentam profissionais com características multimídia e com capacidade para produzir em diferentes plataformas, conforme afirma o diretor de jornalismo B (2018): “o jornalista precisa ser múltiplo, precisa ser multifacetado e a turma que chega para o portal é uma turma múltipla, da nova geração”. Essa postura também é confirmada pelo diretor de jornalismo A (2018).

Os profissionais de outros meios do grupo também apoiam em conteúdo o portal de notícias, com produção de áudios, vídeos, havendo essa integração jornalística conjunta. A base de tudo hoje, quando o funcionário entra no grupo, é que ele não vai ser só da TV, ou do portal, ou da revista, mas que ele pode auxiliar no que for necessário. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

Os dois portais apresentam, assim, características referentes ao tipo de convergência de propriedade e de coleta de dados, que falam respectivamente sobre a possibilidade de um grupo existir, controlando a distribuição de conteúdos por diferentes canais, trabalhando de

forma integrada na produção de conteúdos e sobre a capacidade de existir profissionais multimídia capazes de se adequarem a diferentes especificidades de mais de uma plataforma.

Um exemplo da convergência de coleta de dados aparece de forma clara no Cidade Verde, quando uma profissional que trabalha na redação do portal aparece também no vídeo da matéria feita originariamente para a emissora de televisão do grupo, mas também publicada no portal.

A Tabela 06 apresenta os tipos de convergência praticados pelos portais e identificados por meio da AC das matérias e das entrevistas.

Tabela 06 - Tipo de convergência

Portal	Tipo de Convergência		Veículos utilizados nas matérias
	Coleta de Dados	Propriedade	
Cidade Verde	Sim	Sim	TV e Rádio Cidade Verde
G1/PI	Sim	Sim	TV Clube

Fonte: o autor, 2018.

A sexta e última categoria - Dimensão da convergência - a ser comparada neste capítulo, fundamentada em Salaverría e Negredo (2008), pontua quatro dimensões: conteúdos, tecnológica, empresarial e profissional.

Inicialmente, pode-se afirmar que o G1/PI, de acordo com a AC de suas matérias, apesar de apresentar características do processo de convergência, ainda não desenvolveu bem aspectos da dimensão de conteúdos, pois não faz uso de novas linguagens ou estratégias que permitam que as matérias sejam enriquecidas com a integração entre as plataformas do grupo. Esse cenário pode ser confirmado pela fala do chefe de redação B (2018), quando afirma que há “necessidade de produzir conteúdo diferenciado e não apenas reproduzir o que está sendo feito”.

Enquanto isso, o Cidade Verde, segundo a AC das matérias, apresentou características majoritariamente convergentes, buscando integração com mais de uma plataforma (TV e rádio), além de utilizar mais recursos multimidiáticos, como forma de melhorar o conteúdo, criando uma visão diferente da mesma notícia já veiculada em outra plataforma do grupo.

A dimensão de conteúdos é detalhada também pela fala do diretor de jornalismo A (2018), revelando que há uma intenção do grupo em propor novas informações, para os conteúdos publicados no portal.

Queremos que o internauta acesse o portal e saiba que vai ter um material diferenciado, sejam fatos, fotos, vídeos etc. Quero que ele perceba algo de diferente, seja no olhar, na estrutura, na informação, na abordagem, e esse processo da convergência ajuda a melhorar. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

A dimensão tecnológica, estabelecida por Salaverría (2008), que fala sobre a transformação no sistema de produção e difusão de informação atrelada a aspectos da capacidade de infraestrutura técnica (entre computadores, terminais e etc), garantindo a produção e transmissão de texto, áudio e vídeo em única rede, pode ser identificada em todas as matérias dos dois portais, pois há uso das inovações tecnológicas em multiplataformas.

A dimensão empresarial que, de acordo com Salaverría e Negredo (2008), diz respeito às estratégias comerciais que permitem aos grupos de comunicação adequarem suas ações para um jornalismo convergente, trazendo benefícios em diversificadas vertentes, também está presente nos dois portais. Atualmente, esta dimensão ganha ainda mais relevância na internet, pois passa a ter papel aglutinador e centralizador dos fluxos que interessam a um grupo de comunicação. No caso dos dois portais, os relatos dos profissionais entrevistados pontuaram a intenção e o esforço de cada grupo em estabelecer o portal de notícias como parte centralizadora do processo de convergência empresarial, representando o elo de integração e possibilitando que as estruturas midiáticas sejam melhoradas a partir da ligação entre esses meios. A fala do diretor de jornalismo A (2018) confirma esse cenário de centralidade do portal dentro do grupo, ao afirmar que:

O portal caminha para essa vertente de tornar-se um grande agregador, de conteúdos e das mídias. Desde sua origem, o portal teve esforço em pautar as outras mídias, pautar outros jornais, além de reproduzir os conteúdos das mídias do grupo. (DIRETOR DE JORNALISMO A, 2018).

Outro ponto que diz respeito à estratégia empresarial, foi a criação do aplicativo CV PLAY, lançado no 2º semestre de 2018, pelo portal Cidade Verde. Por meio dele é possível acessar a rádio, a TV e o portal do grupo Cidade Verde. Este é um direcionamento do grupo em estabelecer novos alcances para seus conteúdos.

O portal G1/PI mantém sua estratégia ligada apenas à TV, revelando essa característica constantemente nas matérias analisadas. O que também pode ser constatado na entrevista do chefe de redação B, ao afirmar:

Quando a TV sabe de algum assunto em determinado momento [...] que possa passar para nós, do portal, a gente coloca no ar [...] Por exemplo, enquanto nós estamos apurando melhor o assunto, a TV já pode buscar nota com a assessoria, ouvir o outro lado. Em vez de apurarmos ou buscarmos a mesma coisa, a mesma fonte, construímos junto o conteúdo. (CHEFE DE REDAÇÃO B, 2018).

Essa fala detalha que o portal possui a prioridade da informação jornalística que chega ao grupo, principalmente em relação à TV. Isto mostra a força da internet.

No que diz respeito à dimensão profissional, observa-se que os portais analisados estão reconfigurando as práticas profissionais que envolvem a rotina dos profissionais que trabalham em um cenário com marcas da convergência, buscando imprimir atitudes que envolvam atuação multiplataforma. Tanto o diretor de jornalismo A como o B esclareceram que tal dimensão existe e está sendo bem desenvolvida dentro do portal.

O portal Cidade Verde, portanto, apresenta em todas as dimensões (de conteúdos, tecnológica, empresarial e profissional) melhor desenvolvimento da convergência, enquanto que o G1/PI revelou-se ainda não bem desenvolvido na dimensão de conteúdos. Além do que, em termos tecnológicos, necessite estabelecer novos limites para suas estratégias comerciais e jornalísticas, como a criação de aplicativos móveis, a exemplo do Cidade Verde, utilize mais integração entre as mídias do grupo, fortalecendo conteúdos com características convergentes.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou as marcas do processo de convergência nos portais de notícias piauienses Cidade Verde e G1/PI, a fim de entender o que significam estas marcas no contexto de desenvolvimento do tipo de webjornalismo praticado pelos referidos veículos.

Para tanto, conforme os três objetivos específicos adotados no início desta pesquisa, analisou-se o conteúdo noticioso dos portais, a partir das matérias, em destaque na *homepage*, originadas de outros veículos do grupo, identificando as marcas do processo de convergência; identificou-se de que forma as estratégias jornalísticas e empresariais de convergência foram adotadas e postas em práticas nos portais; comparou-se os aspectos que especificaram cada uma das marcas do processo de convergência praticadas pelos portais.

Assim, apreendeu-se que o portal G1/PI, apesar de fazer parte da Rede Clube, afiliada do Sistema Globo, considerado um dos grandes grupos de comunicação do Brasil, ainda apresentou muitas matérias com características relacionadas à 1ª fase do webjornalismo, marcada pela repetição de conteúdos, que não ganham complementaridade. Tal cenário relevou que, apesar de pertencer a um grupo que possui também emissoras de rádio e televisão, o G1/PI dialoga de forma efetiva apenas com a emissora de televisão, fazendo com que haja repetição dos conteúdos da TV Clube no portal.

As entrevistas realizadas com os profissionais que trabalham no G1/PI confirmaram a existência de estratégias jornalísticas voltadas para o uso da convergência e ao entendimento de que este é um caminho necessário para o jornalismo praticado na internet, ainda que isso não tenha se refletido diretamente nos conteúdos jornalísticos do portal. Ou seja, os profissionais conhecem os conceitos de convergência atrelados à prática, sabem da utilidade para o webjornalismo, mas isto ainda se mostrou incongruente na dimensão de conteúdos. Já nas dimensões profissionais, empresariais e tecnológicas, embora o veículo ainda não adote postura inovadora, apresentou perspectiva mais desenvolvida de prática destas dimensões.

Por outro lado, o portal Cidade Verde, pertencente ao Grupo Cidade Verde, que possui revista, emissoras de rádio e TV, revelou um conteúdo mais convergente, pois a maioria das matérias analisadas dialogou com os outros veículos do grupo, apresentando linguagem mais adaptada ao meio digital, com uso mais efetivo dos recursos multimidiáticos e com informações complementares.

As entrevistas realizadas com os profissionais do Cidade Verde mostraram que há melhor entendimento sobre as estratégias que o veículo utiliza para a prática de um

webjornalismo convergente. Todas as dimensões do processo de convergência (de conteúdos, empresarial, tecnológica e profissional) apresentam-se bem estruturadas dentro do portal.

A dimensão de conteúdos no Cidade Verde é melhor utilizada que no portal G1/PI, possibilitando o enriquecimento das informações e novas abordagens para as matérias que migram dos outros veículos do grupo para o portal. Os conteúdos das emissoras de rádio e televisão do grupo são utilizados no portal como resultante da proposta de integração multiplataforma. Assim, a dimensão tecnológica foi bem utilizada, visto que o conteúdo convergente informa melhor o internauta, sem grandes repetições e com aspectos de complementaridade entre as mídias do grupo.

A dimensão empresarial do Cidade Verde, conforme as entrevistas realizadas com os profissionais, revelou o uso de estratégias inovadoras no webjornalismo piauiense, como o aplicativo CV PLAY que concentra todo o conteúdo do portal, agregando os veículos do grupo em um suporte móvel.

As dimensões tecnológica e profissional são praticadas de formas similares nos dois portais. No que diz respeito ao tecnológico, ambos utilizam de forma efetiva as ferramentas possibilitadas pela web. Na dimensão profissional há um entendimento sobre a importância de rotinas que incluam a prática de multitarefas.

Retomando-se as três hipóteses que pautaram este trabalho, a primeira acreditava que os portais Cidade Verde e G1/PI apresentavam em seus conteúdos noticiosos características de um webjornalismo marcado pela simples transposição de conteúdos entre veículos do mesmo grupo, com pouca ou nenhuma adaptação de linguagem específica para a web, refletindo uma redundância nas matérias publicadas. Esta hipótese foi refutada parcialmente, visto que apenas o G1/PI possui características predominantes de repetição de conteúdos. Já o portal Cidade Verde apresentou características de portal com conteúdos convergentes.

A segunda hipótese dizia que os profissionais dos referidos portais, na maioria das vezes, conheciam estratégias eficientes para realizarem a convergência de acordo com o que recomendam os estudiosos da área, mas acabavam por não incorporarem tais estratégias às rotinas de produção noticiosa, resultando em um quantitativo de matérias repetidas, com características da primeira fase do webjornalismo. Tal hipótese só é confirmada parcialmente, pois, apesar dos profissionais de ambos os portais considerarem importante o processo de convergência, admitindo a sua prática, apenas o portal Cidade Verde consegue interagir efetivamente com os veículos do grupo, além de veicular matérias com informações novas. Por outro lado, o portal G1/PI apresenta matérias repetidas e interage apenas com a emissora de TV do grupo. Vale ressaltar, porém, que os profissionais do G1/PI também tem ciência

sobre os conceitos básicos e as dinâmicas do processo de convergência, porém a análise de conteúdo das matérias e as falas dos entrevistados revelam aspectos fortes de transposição de conteúdos.

A terceira e última hipótese acreditava que tanto o portal Cidade Verde como o G1/PI veiculavam conteúdos noticiosos com características multiplataforma, integrando suportes distintos do mesmo grupo, mas sem adaptar de forma estratégica seus conteúdos às especificidades do ambiente online e do processo de convergência na internet. Esta hipótese também não se confirma na sua totalidade, pois apenas o portal Cidade Verde, além de apresentar conteúdos com características multiplataformas, integrou-se de forma efetiva com os distintos veículos do grupo do qual faz parte, adaptando de forma estratégica os conteúdos às especificidades da web, acrescentando informações, além de apresentar, na dimensão empresarial, inovações, como a criação de um aplicativo (CV PLAY) que amplia a circulação de seus conteúdos. O G1/PI, apesar de apresentar parte de suas matérias com características multiplataforma e convergente, integra conteúdos apenas com a emissora de televisão do grupo.

Assim, compreende-se que as marcas da convergência existem em cada um dos portais estudados, mas que o processo, como um todo, ainda é incipiente, visto que a transposição de conteúdos e a falta de integração entre os veículos do mesmo grupo ainda são características presentes no webjornalismo praticado pelos portais Cidade Verde e G1/PI. Embora o primeiro sinalize com maior nitidez uma tentativa de deslocar-se de um tipo de webjornalismo de primeira geração, ou seja, com características transpositivas, para um webjornalismo mais convergente.

Espera-se, portanto, que os resultados apresentados neste trabalho possam contribuir para o entendimento do processo de convergência praticado por dois importantes portais de notícias, ajudando a entender o contexto do webjornalismo piauiense como em constante mutação.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- ALVES, Rosental C. Jornalismo digital: dez anos de web... e a revolução continua. In: **Comunicação e Sociedade**. v. 9-10, 2006. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1157/1100>>. Acesso em: 06 de maio/2017.
- ALVES, Rosental C. Reinventando o jornal na internet. In: **Sala de imprensa**, n. 32, 2001. Disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/art236.htm>>. Acesso em: 19 de mar./2018.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e a informação de proximidade**: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Salvador (BA), novembro de 2002a.
- BARBOSA, Suzana. Bases de dados e webjornalismo: em busca de novos conceitos. In: **Mesa Novas Tecnologias/Novas Linguagens do 4º Congresso da Sopcom**. Universidade de Aveiro, Santiago – PT, 20 e 21 de outubro de 2005.
- BARBOSA, Suzana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online - FACOM – UFBA. 2008. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008_Barbosa_RedUCMx.pdf>. Acesso em: 15 março 2018.
- BARBOSA, Suzana. Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, C. (Org). **Jornalismo on-line**: modos de fazer. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Sulina, 2009. p. 35-55.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo online**: dos sites noticiosos aos portais locais. Campo Grande, 2002b. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.pdf>>. Acesso em: 10 de fev./2018.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: Canavilhas, J. (Org.). **Notícias e mobilidade**. Covilhã: LabCom. 2013, p. 33 - 54.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Portugal: Edições 70, 1977.
- BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João Messias (Org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom, 2014, p. 111-136.
- CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. In: CORREIA, João Carlos; FIDALGO, António; SERRA, Paulo (Org.). **Informação e comunicação online** (2003). Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf> >. Acesso em: 08 de mar./2018.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CORRÊA, E. S. Convergência de mídias: metodologias de pesquisa e delineamento do campo brasileiro. In: PALÁCIOS, Marcos; DIAZ-NOCÍ, Javier. (Orgs.). **Metodologias para o estudo dos cibermeios: estado da arte & perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2008, v. 1, p. 29-50.

FERRARETO, Luiz; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. In: KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, v. 17, n. 3, p. 172-180, set.-dez. 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8185/5873>>. Acesso em: 10 de nov./2017.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2008.

FIDLER, Roger. El diario que viene. **Cuadernos de información**, número 9, Universidade Católica do Chile, 1994. Disponível em: <<http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/download/298/724>>. Acesso em: 15 de jan./2018.

FINGER, Cristiane. Crossmedia e transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. In: **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2011, Recife, PE. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/download/23731/23671>>. Acesso em: 31 de jan./2018.

FONSECA JR., Wilson C. da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GARCIA AVILÉS, J. A.; SALAVERRÍA, R. *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. In: **Trípodos**, nº 23, Barcelona, 2008. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/viewFile/118910/154114>>. Acesso em: 01 de fev./2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GORDON, Rich. Convergence defined. In: **Online journalism review**. (2003). Disponível em: <<http://www.ojr.org/ojr/business/1068686368.php>>. Acesso em: 10 de jan./2018.

GRADIM, Anabela. **Os gêneros e a convergência: o jornalista multimídia do século XXI**. (2003). Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>>. Acesso em: 17 de jan./2018.

JENKINS, Henry. Convergence? I diverge. **Technology review**, Massachussets, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOŁODZY, Janet. *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*. Oxford: Rowman & Littlefield, 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. 5. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LONGHI, Raquel R. Formatos de linguagem webjornalística: a fotorreportagem revisitada. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; LIMA JÚNIOR; Walter Teixeira (Orgs.). **Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011.

MACHADO, Elias, PALÁCIOS, Marcos (Org.). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software**. Salvador: EDUFBA, 2007.

MAIA, Kênia; AGNEZ, Luciane Fassarella. A convergência na produção da notícia: dois modelos de integração entre meio impresso e digital. In: ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA; Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2015, p. 217-233.

MAIGRET, Éric. **Sociologia da comunicação e das mídias**. São Paulo: Senac, 2010.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. O hipertexto como um novo espaço de escrita em sala de aula. **Revista Linguagem & Ensino**, v. 4, n. 1, p. 79-111, 2012. Disponível em: <<http://www.rsd.ucpel.tche.br/index.php/rle/article/view/263>>. Acesso em: 28 de jan./2018.

MEDOLA, Ana. Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos: os desafios para o comunicador. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, E-Compós, Brasília-DF, v. 12, n. 3, p. 1-12, 2009. Disponível em: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/379/376>. Acesso em: 20 de maio/2017.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In: **Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)**, 2003. Disponível em: <www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2003/mielniczuk2003.doc>. Acesso em: 18 de abr./2017.

MOHERDAUI, Luciana. Em busca de um modelo de composição para os jornais digitais. In: **Anais do II Simpósio Nacional da ABCiber**. São Paulo – SP, 2008.

MORAES, Gislane da C. L. C. de. **Regionalização da mídia piauiense: um olhar sobre os programas especiais da TV Cidade Verde**. 2016. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Piauí, Centro de Ciências da Educação (CCE), Departamento de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Teresina, 2016.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MÜLLER, Carlos Alves. A crise estrutural dos jornais e o surgimento das mídias digitais: impactos sobre a produção jornalística. In: PEREIRA, Fábio; ADGHIRNI, Zélia Leal;

MOURA, Dione (Orgs.). **Jornalismo e sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012.

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. 2002. Disponível em: <http://biblioteca.esec.pt/cdi/ebooks/docs/fidalgo_serra_jornalismo_online.pdf#page=79>. Acesso em: 18 de fev./2018.

_____. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: GJOL/Calandra, 2003

PALACIOS, Marcos; DÍAZ-NOCI, Javier (Eds.). **Online journalism: research methods, a multidisciplinary approach in comparative perspective**. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009. Disponível em: <<http://gjol.net/wp-content/uploads/2012/12/book-online-research-eng.pdf>>. Acesso em: 08 de nov./2017.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PINHO, J. B. **Publicidade e vendas na internet: técnicas e estratégias**. São Paulo: Summus, 2000.

PORTELA, Cristiane. Proximidade e distanciamento na prática de cobertura dos portais de notícias AZ e 180 graus, Teresina–Piauí, Brasil. In: **Confederación Iberoamericana de Asociacione**. Braga: Universidade do Minho, 2014. Disponível em: <<file:///C:/Users/diego/Downloads/1969-7015-2-PB.pdf>> . Acesso em: 05 de fev./2018.

QUADROS, Claudia Irene de. A participação do público no webjornalismo. **Revista E-Compós**. Florianópolis. 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/view/56/56>>. Acesso em 08 de abr./2018.

QUINN, Stephen. *Convergent journalism: the fundamentals of multimedia reporting*. United States: Peter Lang Publishing, 2005.

RAMOS, Daniela Osvald. Aspectos da convergência de mídias e da produção de conteúdo multimídia. **LÍBERO**, São Paulo, v.13. n. 25, p.143-152, jun. de 2010

REGES, Thiara Luiza da Rocha. Características e gerações do webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. In: **XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Chapecó – SC, 31/05 a 02/06/2012, Faculdade São Francisco de Barreiras – FASB. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 21 de abr./2018.

RIBAS, Beatriz. Características da notícia na web: considerações sobre modelos narrativos. In: **Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo– SBPJor**, 2. Salvador: FACOM/UFBA, 2004.

- RIBEIRO, Elisa Antônia. **A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa.** Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais, Araxá/MG, n. 04, p.129-148, maio de 2008.
- RICHARDSON, Robert Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação.** São Paulo: Senac, 2003.
- SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação.** 3. ed. São Paulo: Senac, 2012.
- SALAVERRÍA, Ramón. *Estructura de la convergência.* In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé (Eds.). **Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España,** Servizo de Publicacións da Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela. 2010
- SALAVERRÍA, Ramón. **Redacción periodística em internet.** Pamplona: Eunsa, 2005.
- SALAVERRÍA, Ramón; GARCIA AVILÉS, José Alberto. *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna.* n. 23, p. 31-47, 2008.
- SALAVERRÍA, Ramon; GARCÍA AVILÉS, José Alberto; MASIP, P. **Concepto de convergencia periodística: convergencia digital - reconfiguración de los medios de comunicación en España.** Universidade de Santiago de Compostela, 2010. Disponível em: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/23730/1/cap3_concepto_de_convergencia_periodist as_pp41-64.pdf>. Acesso em 14 de nov./2017.
- SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones.** Sol 90, 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/268810171_Periodismo_integrado_convergencia_de_medios_y_reorganizacion_de_redacciones>. Acesso em: 15 de fev./2018.
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2003
- SANTI, Vilso Junior Chierentin. **O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração.** ECO-PÓS. Volume 12, nº 3. 2009. Comunicação e Política. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/939/879>. Acesso em: 14 de jan./2018.
- SCHWINGEL, Carla. **Sistemas de produção de conteúdos no ciberjornalismo: a composição e a arquitetura da informação no desenvolvimento de produtos jornalísticos.** (Tese de Doutorado) Salvador – FACOM /UFBA, 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/12873/3/CarlaSchwingel%20-%20Sistemas%20de%20Publica%C3%A7%C3%A3o%20de%20Conte%C3%BAdos%20no%20Ciberjornalismo.pdf>>. Acesso em: 15 de mar./2018.

SCHWINGEL, Carla. **Mídias digitais**: produção de conteúdos para web. São Paulo: Paulinas, 2012.

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. **Jornalismo 1.2**: características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo. 2000. Tese de Doutorado. Dissertação de mestrado. FACOM–UFBA

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. **A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporânea**: agências de notícias como estudo de caso, Universidade de Pernambuco, Recife, outubro de 2001 - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação – www.bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf - Acesso em: 14/02/2018

TRINTA, Aluizio; NOGUEIRA, Ilana. **Teorias da comunicação**: o pensamento e a prática da comunicação social. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2003.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

ENTREVISTAS CONCEDIDAS:

CHEFE DE REDAÇÃO B. **Entrevista II**. [Nov.2018]. Entrevistador: João Diego Barbosa Lopes. Teresina, 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice F desta dissertação

DIRETOR DE JORNALISMO A. **Entrevista V** [Nov.2018]. Entrevista: João Diego Barbosa Lopes. Teresina, 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice I desta dissertação.

DIRETOR DE JORNALISMO B. **Entrevista I**. [Nov.2018]. Entrevistador: João Diego Barbosa Lopes. Teresina, 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice E desta dissertação

REPÓRTER B. **Entrevista IV** [Nov.2018]. Entrevistador: João Diego Barbosa Lopes. Teresina, 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice H desta dissertação.

REPÓRTER B. **Entrevista III** [Nov.2018]. Entrevistador: João Diego Barbosa Lopes. Teresina, 2018. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice G desta dissertação

APÊNDICES

APÊNDICE A - FICHA DE ANÁLISE

Portal:	
Título da matéria:	
Data:	
Origem da informação (interação)	<input type="checkbox"/> Impressos <input type="checkbox"/> Rádio <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Outros
Recursos multimidiáticos	<input type="checkbox"/> Foto <input type="checkbox"/> Áudio <input type="checkbox"/> Vídeo <input type="checkbox"/> Recursos Interativo <input type="checkbox"/> <i>Hiperlink</i> <input type="checkbox"/> Memória <input type="checkbox"/> Outros
Marcas da convergência de conteúdo	<input type="checkbox"/> Informações novas <input type="checkbox"/> Informações complementares <input type="checkbox"/> Informações iguais
Tipo do conteúdo	<input type="checkbox"/> <i>Shovelware</i> <input type="checkbox"/> <i>Repurposing</i> <input type="checkbox"/> <i>Convergence</i>
Tipo de Convergência	<input type="checkbox"/> Propriedade <input type="checkbox"/> Narrativa <input type="checkbox"/> Tática <input type="checkbox"/> Estrutural <input type="checkbox"/> Coleta de dados
Dimensões da convergência	Quais dimensões são apresentadas: <input type="checkbox"/> Tecnológica <input type="checkbox"/> Empresarial <input type="checkbox"/> Profissional <input type="checkbox"/> Conteúdo

APÊNDICE B - ROTEIRO DA ENTREVISTA - DIRETOR DE JORNALISMO

- 1 Há integração entre as diversas mídias do grupo?
- 2 O portal é considerado como uma estratégia comercial para o grupo? Por quê?
- 3 Qual a principal função do portal para o grupo?
- 4 Como é pensada a estratégia de interação do portal com as outras mídias do grupo?
- 5 O processo de convergência jornalística é utilizado no portal? Como?
- 6 A convergência jornalística tem papel essencial na produção do webjornalismo do grupo?

APÊNDICE C - ROTEIRO DA ENTREVISTA – EDITOR DO PORTAL OU CHEFE DE REDAÇÃO

- 1 Como ocorre a dinâmica de interação entre o portal de notícias e as outras mídias do grupo?
- 2 Os jornalistas do portal receberam ou recebem algum tipo de treinamento específico para trabalhar em ambiente de convergência jornalística?
- 3 De que maneira a integração de redações reflete na produção de conteúdos jornalísticos do portal?
- 4 Quais principais recursos tecnológicos são empregados pelo grupo para fomentar a integração das redações?
- 5 Quais produtos jornalísticos foram desenvolvidos a partir da reorganização das redações?
- 6 O portal pratica o processo de convergência jornalística? Se sim, como isso ocorre?

APÊNDICE D - ROTEIRO DA ENTREVISTA - REPÓRTER

- 1 O portal ofereceu ou oferece algum tipo de treinamento que prepare o profissional para trabalhar de forma multimídia?
- 2 O portal trabalha a convergência midiática?
- 3 Existe integração entre a redação jornalística do portal e as redações jornalísticas dos outros veículos do grupo?
- 4 Como ocorre a produção de notícias feitas para o portal a partir daquelas originadas de outros veículos do grupo?
- 5 A questão da instantaneidade é crucial na produção e divulgação de notícias?

APÊNDICE E - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA - DIRETOR DE JORNALISMO B – PORTAL G1/PI

1- Há uma integração entre as diversas mídias do grupo?

Há uma integração e é uma coisa que não acontece naturalmente. Esse trabalho de convergência, com o passar do tempo e com a assimilação por parte de toda redação de que somos um só, de que todos formamos um único jornalismo. Isso se tornou mais natural, mas no início quando se vinha para uma emissora de tv se tinha uma separação entre o que é TV, o que é portal, o que é G1/PI. Logo se viu que Globo Esporte e G1/PI (portal de notícias estudado) vieram à Globo alguns anos atrás por uma imposição da Globo. E logo se viu que vieram somar, trazer conteúdo, trazer novos olhares, trazer uma expertise que as pessoas que faziam televisão não estavam acostumadas, que as pessoas faziam apenas televisão não estavam focadas para um novo público, para um novo olhar sobre o dia a dia e como se faz notícia. Hoje sim, podemos falar, com grande alegria, que somos um único jornalismo. Então eu não consigo separar TV de portal não, trabalhamos e temos cada uma sua ferramenta, seu produto, mas trabalho em sintonia.

2- Como o G1 PI é visto comercialmente ou como pode ser considerado uma estratégia para o grupo?

De forma muito forte. Voltando para o início, quando a internet começou a entrar nos veículos, em nível comercial, por exemplo, consumia uma pequena fatia. Os próprios veículos de internet tiveram que ir se reinventando e é uma constante. Então, comercialmente, isso aconteceu, lógico que comparado com a TV, ainda não é uma comparação, pois a mídia na televisão é vendida em um valor muito maior que na internet, só que aconteceu com o tempo, a internet invadindo, penetração cada vez maior, a TV aberta tendo que brigar cada vez mais pelo telespectador, enquanto que o internauta consumiu notícias através dos portais com maior velocidade, mais facilidade, então os veículos de comunicação, perceberam que existe um mercado muito maior para se trabalhar. Hoje, comercialmente, o G1 é muito importante para o grupo. Há produtos especiais voltando especialmente para o G1, em que a TV entra de carona, entra para promover, ou cobrir o evento. Vários eventos são pensados para o G1, pois já um nicho muito específico.

3- O portal utiliza convergência? Se sim, como vocês visualizam a convergência?

Não tem como dissociar, é um caminho sem volta. O caminho agora é promovermos cada vez mais a integração. Temos constantemente reuniões, por exemplo, em que o que é conversado, é que todos os meios devem se unificar. O profissional que trabalha em um meio deve estar habilitado para poder exercer atividades em outros meios do mesmo grupo e vice-versa. Essa convergência é um caminho natural, cada vez mais estamos trabalhando essa convergência. E essa convergência não pode ser apenas física, dividindo o mesmo espaço. É preciso que seja orgânica, fazer parte do dia a dia da TV e do portal. O cara que faz G1/PI ter a capacidade de atuar na TV e vice-versa, da mesma forma com o conteúdo circulando e da mesma forma os negócios. Então, não tem mais como dissociar as mídias, os conteúdos. Comercialmente, quando se tem uma vertente comercial para a TV, praticamente todos ali também têm essa vertente comercial. E da mesma forma, projetos que foram projetados ao G1/PI também tem suas vertentes para a TV. Então, tudo isso é um caminho sem volta, e o que vai acontecer daqui para frente é cada vez mais estarmos unificados.

4- O que senhor considera como convergência na rotina do Portal e qual seria a proposta do G1 PI para o público?

A convergência antes era imaginada apenas como convergência de conteúdo, apenas uma replicação de conteúdo. A TV tem conteúdo x, vamos então divulgar esse conteúdo x chamando para a TV. No início, era apenas isso visto. Só que o processo é muito mais amplo, é muito maior. E o modo como eu imagino, e como o G1/PI coloca em prática essa convergência é convergência de pensamentos, convergência de pautas, divisão de pautas, de um trabalho coletivo e é assim que se faz a convergência. Não é só dividir o espaço físico, é dividir conteúdo e dividir saberes e isso deve acontecer naturalmente no dia a dia. Essa notícia é de portal, essa notícia é de TV aberta. Não existe mais isso, os conteúdos se entrelaçam, se cruzam. O que prevalece é o jornalismo, é a notícia, é o grupo da Rede Clube. No começo, não era assim, houve muitos questionamentos. Isso é só uma moda? Isso vai passar? Será se a TV vai perder seu espaço? Há espaço para todo mundo. Agora quem fica parado, contando apenas com forças e estratégias de coisas datadas, de dinâmicas do que aconteceu no passado, vai perder terreno, vai ficar para trás. O mundo se movimenta e tudo vai mudando, na comunicação, no jornalismo é assim. É preciso que estejamos adaptados ao que está acontecendo no dia a dia, experimentando formatos todos os dias, até entendermos o que está sendo atual. O importante é disseminar informação, não é a busca de audiência por si só não. A meta é buscar telespectadores, internautas, buscar o público geral para dar informação.

5- Dentro do processo de convergência, o portal é visto como um centralizador, dentre as estruturas midiáticas que o grupo possui?

Ainda não, pode se levar a isso, a essa aglutinação. Até porque em origem, começamos como uma emissora de TV, e é difícil de dissociar disso, mesmo com toda a descrição evolutiva já relatada. Para termos um G1/PI em que a partir dele, toda a empresa se desenvolver, pensar e respirar cada ação, leva tempo.

6- Qual a principal contribuição do G1 PI ao utilizar processo de convergência?

A maior contribuição é para o jornalismo. A convergência é uma coisa natural e que já acontece muito e vai acontecer muito mais, sendo um caminho sem volta. O que queremos é disseminar informação, a boa e correta informação. E a nossa maior força, é a credibilidade. Quando buscamos trabalhar a interação, por exemplo, da televisão em relação ao G1/PI, a gente sabe que não está disputando ali uma audiência direta. O telespectador mudou. Há muito tempo atrás, existia aquele que ficava direto na TV. Hoje ninguém para na frente da TV. E a televisão não perde audiência para o G1, nem vice-versa, havendo sim uma aglutinação, pois através do G1/PI que passa e retrata também o conteúdo da TV, ganhando força. A pessoa não deixa de acompanhar o G1/PI para acompanhar TV, ela acompanha em conjunto também a televisão, é uma união de forças. E isso vai acontecer cada vez mais. Isso exige mudanças estruturais, mudanças físicas. Antes, a redação não havia sido pensada, por exemplo, para ancoragem de “ao vivo”, e essa é uma das mudanças para o próximo ano, de ter o G1 falando na televisão e isso é convergência. Assim como na TV, o telespectador sabe onde procurar notícias de verdade, para ser bem informado, ele sabe que vai encontrar na TV Clube por ser afiliada Globo, por ser critério de padrão de qualidade, bons profissionais, de isenção, onde da mesma forma, o internauta também sabe que ao abrir o G1/PI, ele vai encontrar um material de qualidade.

Afiliadas até os portais, esse é o caminho da convergência. Entrando o fenômeno da internet, que chega junto com o internauta, que quer consumir informação a seu modo, customizado, e isso fez com que aumentasse cada vez mais o caminho da convergência entre a TV e o portal, sendo um caminho evolutivo constante, sem fim, sem como voltar atrás.

7- Em relação à direção de jornalismo, qual a relação do tempo real, instantaneidade e convergência?

Essa é uma relação positiva, positiva demais. Nas emissoras de televisão, até pouco tempo, nós tínhamos um assunto que veio da TV, que veio através de uma investigação,

denúncia, e que isso era guardado com exclusividade para não soltar no G1/PI. Antes era pensado assim. Nós temos que dar essa instantaneidade nos dias de hoje. Nós entrando com um material forte no G1/PI, isso puxa telespectador para a TV, pois eles sabem que o que saiu ali, estará com grande cobertura nos jornais da casa.

8- A direção de jornalismo pode definir sobre as dimensões do processo de convergência utilizado pelo grupo em relação ao portal?

A tecnológica não acaba nunca. Essa brincadeira de fazer TV, de fazer portal de notícias de empresa de comunicação é uma brincadeira cara. Os investimentos são constantes. Hoje, estamos muito bem em relação ao G1/PI e precisamos continuar avançando, brigando por um link de transmissão de eventos, por uma nova ilha de edição, por novas ferramentas e estamos crescendo desde a origem do portal.

No que diz respeito ao quesito empresarial, estamos muito bem também, pois a empresa vê com bons olhos a importância fundamental do G1/PI nessa perspectiva estratégica.

Em relação aos profissionais, essa é a melhor parte. O jornalista precisa ser múltiplo, precisa ser multifacetado. A turma que chega para o portal é uma turma múltipla, da nova geração, que se bobear e precisar, grava com qualidade, faz texto. É muito mais difícil o contrário, quando o profissional vem da TV, mas essa transformação é necessária.

Escutar os lados, escutar opiniões conflitantes, preservar fontes, direitos de imagem e resposta. E no olhar da convergência para o conteúdo, por exemplo, tivemos matérias da TV que partiram de uma matéria do G1/PI e isso é maravilhoso. Esse caminho entre TV e portal G1/PI é tranquilo, eles caminham lado a lado de forma tranquila.

APÊNDICE F - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA - CHEFE DE REDAÇÃO B – PORTAL G1/PI

1- Como ocorre a dinâmica de interação entre o Portal de notícias e as outras mídias do grupo?

Aqui nós trabalhamos mais diretamente com a TV. Trabalhamos na mesma redação, fica tranquilo da gente trabalhar junto, com a rádio não temos muito contato, por que os horários já são diferentes para produção. Adotamos agora a participação nas reuniões de pautas da TV e afinamos para evitar cobrir as mesmas coisas e conseguir abranger uma maior quantidade de pautas. A gente participa das mesmas reuniões de pautas, se comunica quando acontece algum factuel. Nosso objetivo é não deixar, por exemplo, equipes do G1/PI e televisão cobrir o mesmo assunto.

2- Como funciona a relação do portal com o conteúdo que acaba vindo da TV, que são distribuídas dos jornais para o G1/PI?

Depende da relevância da pauta para o portal. Algumas matérias frias, por exemplo, o Piauí TV 1ª Edição e quase sempre a gente reproduz conteúdo, assim como o Bom dia Piauí de manhã, eles fazem muitas pautas frias (orientação sobre vacina, algum mutirão de cirurgias). Para internet, as pautas quentes costumam render mais e é o que o público costuma procurar mais acessar.

E sobre o vídeo, a gente não reproduz o conteúdo da forma como está no vídeo, porque afinal o texto da internet é diferente do texto da TV e a gente adapta. Ouvimos o vídeo, se todas as informações que estão ali estão completas, tem todos os lados, todas as fontes, se tem todas as informações necessárias, a gente pega aquelas informações e constrói nosso próprio texto. Não reproduzimos na integra e literalmente o que foi dito na reportagem. A gente constrói o texto para internet.

3- Os jornalistas do portal receberam ou recebem algum tipo de treinamento específico para trabalhar com o ambiente de convergência jornalística?

Especificamente para trabalhar integrado com a TV, tem treinamentos com a UniGlobo, que oferece cursos online ou presenciais, sendo em sua maioria online, que a plataforma distribui para gente, sendo inteiramente gratuito os cursos, mensalmente com grades diferentes. Alguns dos cursos: jornalismo online, curso sobre apuração, dentre outros.

E o comportamento voltado para convergência, é uma consciência nossa que precisamos trabalhar junto. Recentemente, foi um grupo para Recife fazer treinamento e de lá eles trouxeram muito desse aprendizado sobre trabalhar em conjunto (televisão e web) e de entender que existem certas resistências em relação à TV para web. E porque acho que isso acontecesse? Nós do portal fazemos praticamente de tudo: vídeo, foto, escreve texto, edita vídeo. O profissional do portal consegue levar uma matéria de TV ao ar, o oposto nem sempre. Nem sempre profissional da TV conseguem fazer vídeos na rua, sonoras, conseguem fazer fotos.

Isso é questão de mentalidade, do recente, da internet e é natural a mudança. Os estados maiores, por exemplo, em Pernambuco, já trabalham de forma muito mais integrada. Eu nunca participava das reuniões de pauta dos telejornais e após as experiências do intercâmbio, trouxeram essa proposta de que o G1/PI participasse de todas as reuniões de telejornais, tanto para afinar pautas quanto para dividir melhor os profissionais que são multimídias e termo disponíveis profissionais da melhor maneira, que possam fazer tudo para TV e para o portal, possibilitando que o profissional possa fazer para todas as mídias os conteúdos necessários.

4- De que maneira é vista a convergência e a integração entre os suportes refletir nos conteúdos dos portais?

Primeiro, conseguimos mais rapidez. TV sabe de algum assunto em determinado momento, mas eles só vão lançar no jornal. Se eles tiverem assunto que possam passar para nós do Portal, a gente coloca já no ar, não só por eles já terem feito, pois, por exemplo, enquanto nós estamos apurando o problema, a TV já pode buscar nota com a assessoria, ouvir o outro lado, em vez de apurarmos ou buscarmos a mesma coisa, a mesma fonte, construindo junto o conteúdo. Temos também um conteúdo mais completo porque enquanto eu falaria só com uma fonte. O pessoal da TV vai estar buscando outra fonte para deixar o conteúdo bem mais completo.

Temos também conteúdo a mais porque por exemplo se eu tenho um repórter do G1/PI apurando um fato com um produtor eu consigo fazer mais conteúdo no ar, conseguindo mais acessos, através da integração dessas equipes, assim como isso serve para televisão.

Em muitos casos, a televisão nos telejornais acaba citando ou chamando a matéria disponível no G1/PI, colocam na tela um *print* da matéria para que os internautas acessem. Então a integração é benéfica para ambos os lados.

5- Quais são os recursos tecnológicos utilizados para empregar integração entre redações?

O *Whatsapp* tem sido ferramenta útil para mandar vídeos para TV rapidamente. O repórter ou produtor que está na rua, já grava uma sonora com a fonte que a gente já pode utilizar de diversas maneiras.

6- O Portal G1/PI pratica o processo de convergência? Como isso ocorre?

Sem dúvida, o processo de geração de conteúdo, tecnológica e o profissional apresentam um nível de evolução do processo de convergência maior que a empresarial. Em todos os lugares que já trabalhei, a internet (no caso, o portal) é sempre o último a ser priorizado, o que é natural por causa da audiência. Acho natural, porém não correto, que a internet ainda tenha esse tratamento diferenciado seja no pagamento, nas funções a mais. Essa dimensão empresarial ela é afetada pela questão de recursos, pois o portal recebe menos entrada de patrocínio, publicidade do que a televisão, o que até certo ponto, é natural. Através do uso do celular, o repórter, por exemplo, do portal consegue fazer tudo, gravar vídeo, áudio, tirar foto.

Trabalhamos de forma diferente, mas todo mundo tenta fazer tudo, e agora busca-se iniciar essa conversação de que os profissionais da TV, por exemplo, possam fazer material para o G1/PI.

Sobre o conteúdo, a TV tem mais tempo para produzir material exclusivo, por exemplo, porém a equipe do G1/PI quase nunca é chamada, quase não participamos da pré-produção, produção e execução desse conteúdo que é veiculado na TV. Vendo isso, acredito que deveríamos ter uma maior integração para um conteúdo que a TV está produzindo e é algo que faz falta porque através do nosso olhar (portal) pode-se produzir um conteúdo diferenciado e não apenas reproduzir o que está sendo feito.

O que é válido dizer é que nosso tempo espaço é ilimitado na internet, então se pode produzir sempre além e isso faz falta, ainda acho que não conseguimos 100% dessa integração voltada para esse tipo de conteúdo no ambiente convergente.

APÊNDICE G - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA - REPÓRTER B – PORTAL G1/PI

1- O portal ofereceu treinamento ou direcionamento que prepare o profissional para trabalhar de forma multimídia ou convergente?

Direcionamento é constante. Editor de vídeo, fotógrafo também exerce essas funções e, por exemplo, como repórter sou aquele que vai para rua colher informações, mas também quem fica responsável por publicar a matéria no portal e também sempre em contato com a TV, sendo um direcionamento constante da empresa em ter profissionais multimídia

2- Como ocorre a produção de notícias feitas para o portal a partir daquelas que são originadas de outros suportes do grupo?

Essa dinâmica ocorre massivamente na relação com a TV e portal. Se a TV publica uma matéria que a equipe do G1/PI tenha se interessado, aquele conteúdo (vídeo) é puxado, coloca na matéria que vai assinada como se fosse pelo telejornal. Às vezes, o pessoal da televisão tem outro tipo de critério para produzir a nota ou matéria que ao chegar para nós, ela precisa de mais informações e mais imagens e aí nesses casos a gente vai a fundo para finalizar a apuração, atrás de mais detalhes sobre a matéria, para que ela se adeque aos critérios do portal de notícias

3- Existe integração entre a redação jornalística do portal e outros veículos que o grupo possui?

Essa relação se dá especificamente com a TV. A redação do G1/PI e da TV, por exemplo, é o mesmo espaço, dividido entre as equipes. Interação acontece o tempo todo. Acontecem casos de matérias diversas que a TV faz e que ao acontecer um interesse da equipe do Portal, de esperarmos a TV lançar para que depois possamos fazer uma transcrição ou se possível complementação para que vá ao portal.

4- O portal G1 PI trabalha com a convergência jornalística dentro de suas dimensões?

Na minha opinião, acredito que estamos ainda em um processo de consolidar esse processo de convergência. Na parte tecnológica, estamos melhorando cada vez mais, onde, por exemplo, estamos adaptando os repórteres agora de como produzir vídeos, utilizar mais ferramentas que auxiliem na produção. Em relação ao conteúdo, o que é perceptível é que o

conteúdo que chega de outros suportes ainda é pouco, onde nós do G1, acabamos precisando de mais informações para que o fato seja noticiado de forma mais completa.

5- As matérias produzidas que advém de outros suportes do grupo, quais são as principais características que estas possuem?

Existem ocasiões que trabalhamos de forma cooperativa com a TV, produzindo informações diferenciadas do mesmo fato, em que trabalhamos juntamente reunindo informações, dividindo tarefas de apuração e existem casos que a gente transcreve, em que aliás, a gente adapta através do texto. Como também existem casos em que a matéria da TV está com bastante informações e a gente pega aquelas informações da TV, coloca em um texto mais legal para o internauta ler, colocando o vídeo ou *print* do vídeo e a matéria vai publicada no portal dessa maneira. Em suma, existe uma adaptação de cada situação do fato, da notícia. E aí a gente percebe também que essa questão da convergência passa a ser uma situação de várias oportunidades que temos de resolver diferentes problemas do jornalismo, relacionados a enriquecimento de informações, troca de informações entre os meios. Aparecem situações, e a partir daí a gente parte e busca um jeito de resolver a ficar mais rico o conteúdo que é publicado.

6- Qual a relação que pode ser feita em relação à instantaneidade, convergência e o portal G1/PI?

A priori, essa questão de convergência permite que haja uma multiplicação de braços, de pessoas na equipe. Assim, temos mais ferramentas para compartilhar imagens, informações de onde estiverem, sendo da equipe da TV ou do G1/PI. Acho que a necessidade/vontade da instantaneidade é que pode comprometer o conteúdo, sendo inversamente a função da convergência que permite o enriquecimento do conteúdo no portal.

APÊNDICE H - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA - REPÓRTER A – PORTAL CIDADE VERDE

1- O portal oferece algum tipo de treinamento ou direcionamento para profissional trabalhar de forma multimídia ou convergente?

Eles ensinam quando necessário. Mas, ao entrar, já é exigido o mínimo de noção multimídia relacionada a equipamentos, ferramentas, e no webjornalismo. E assim, o site sempre trabalhou com essa ideia, essa proposta de convergência principalmente pelo fato de estar na internet e este ser um ambiente propício para convergência, além de ser importante para os outros meios do grupo principalmente pelo fato de ser um site, um portal de notícias de uma emissora de televisão, a TV cidade verde. Há aqui a orientação da redação ser integrada, de sermos orientados a conversar com produtores dos outros meios para sabermos quais pautas estão sendo discutidas.

2- Você considera que o portal trabalha a convergência jornalística?

Sim, trabalha. Inclusive, a gente trabalha sempre no sentido de unir os meios que nós temos disponíveis aqui no grupo (revista, site, internet e rádio) através de uma linguagem que permita que o conteúdo produzido possa fluir por diversas plataformas e olhando para o contexto da convergência, tentamos ao máximo produzir o conteúdo para todos os tipos de meios de comunicação possível, onde como resultado temos conteúdos que foram produzidos no portal que acabam indo para TV, para rádio, revista e vice-versa, sendo parte crucial essa integração midiática.

3- Como ocorre a produção de notícias feitas para o portal a partir daquelas que são feitas de outros veículos do grupo?

Geralmente por exemplo, na rádio, quando vem um entrevistado que pode repercutir de alguma forma, é que nós do portal Cidade Verde, nós temos essa relação de ligação com a TV, rádio e revista. Aquela entrevista já gravada pode ser transformada numa matéria, além de disponibilizar o áudio.

Na relação com a TV, diariamente o portal já tem estabelecido essa rotina de repercutir as entrevistas dos jornais televisivos, onde cada uma das entrevistas é trabalhada em forma de matéria para o site, depois de serem assistidas e transformadas para o ambiente da internet, para a web. E para revista, muita das vezes, o que acontece com maior frequência são as matérias do portal servirem de base para matérias da revista.

A instantaneidade é crucial, o tempo real é necessário. Temos essa necessidade de trabalhar com o aqui e agora, trabalhando em tempo real. Nossa prioridade não é só noticiar, onde nossa linha editorial é noticiar de forma integral, com maior fundo de informação.

APÊNDICE I - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA – DIREÇÃO DE JORNALISMO/CHEFIA DE REDAÇÃO A – PORTAL CIDADE VERDE

1- Existe integração entre as diversas mídias do grupo?

Os veículos aqui que formam o grupo estão em processo de integração, tentando descobrir o caminho correto para estas mídias. Há um ano estamos tentando trabalhar essa escolha, onde o tema central para estratégias futuras é a integração. O grupo Cidade Verde, através do comando do portal Cidade Verde, vem sendo guiado nesse processo de integração, que é um caminho a ser descoberto a fim de entender melhor os protocolos necessários dessa integração.

2- Qual a importância do portal para o grupo no sentido comercial e jornalístico?

Há uma separação hoje separada da TV, onde catequizamos o mercado sobre as diferenças relacionadas entre o investimento na TV, na internet, o que ganha, o tipo de público diferenciado, e temos gerência separadas financeiras, por conta de dar importância do portal para o mercado. Hoje, o portal Cidade Verde sobrevive muito pela TV e o portal ainda tem muito a caminhar, só que de forma independente aos outros meios. Isso tudo para que o portal tenha vida própria, possa sustentar o grupo e temos buscado mercado dentro desse meio.

3- Como é visto o portal em relação a sua função no grupo diante de outras mídias?

Nas reuniões que temos feito, e isso é fala do próprio diretor, de que futuramente o portal Cidade Verde caminha para essa vertente de tornar-se um grande agregador, de conteúdo e das mídias. O portal Cidade Verde desde sua origem, teve esforço em pautar as outras mídias, pautar outros jornais, além de reproduzir os conteúdos das mídias do grupo.

O repórter do portal sai para rua, embutido de uma cultura já inserida na redação de que ele vai para rua, sabendo que ele representa o grupo, onde ele pode dar apoio para rádio com sonoras, ele pode dar apoio para TV através de vídeos para serem apresentados nos jornais. O portal está sendo estruturado de uma forma que ele ser o grande mentor dessa integração midiática e forçando a empresa a ser multiplataforma. O que percebemos é que a chegada do portal Cidade Verde ajudou nesse processo de aglutinação, de agregação e convergência com os outros meios e isso favorece de se integrar ao vídeo, ao rádio. É uma integração que estamos avaliando como que acontece, como é essa integração, quais caminhos devem ser tomados, e percebemos também a responsabilidade nesse processo de

integração e convergência, porque o portal tem essa capacidade única de aglutinar todos os veículos e estamos embutindo cada vez mais os profissionais de serem participantes dos veículos que fazem parte do grupo, para além da principal em que eles trabalham.

4- Como é a utilização do processo de convergência em relação as outras mídias do grupo?

O processo de convergência, é como falei, está em processo de descoberta. Por exemplo, dias atrás lançamos um aplicativo específico para dispositivos móveis chamado CV PLAY. Nesse aplicativo, o internauta, o leitor do Cidade Verde pode ter acesso a vídeos produzidos na televisão, às principais matérias publicadas no portal e acesso online para a rádio Cidade Verde, como exemplo. Caso o leitor tenha perdido o telejornal, ele pode acessar o vídeo das reportagens. O portal também cede acesso para ouvir a rádio, além de também disponibilizar os vídeos dos programas jornalísticos exibidos na emissora, e de fornecer informações sobre a revista, tudo isso no portal. Então, esse processo de convergência segue nesse nível. No aspecto profissional, os profissionais de outros meios do grupo, também apoiam em conteúdo o portal de notícias com produção de áudios, vídeos, havendo essa integração conjunta jornalística. A base de tudo hoje, quando o funcionário entra no grupo, é que ele não vai ser só da TV, ou do portal, ou da revista ele pode também auxiliar na revista, rádio, portal, no que for necessário

5- Em relação às matérias que surgem através da relação TV e portal, como elas podem ser descritas no portal?

Essa relação ela é simbiótica, porque uma das funções do portal desde o início é de divulgar as coisas da TV, pois somos um sistema único, com quatro veículos independentes e fortes, que andam em conjunto. É preciso divulgar os telejornais, as entrevistas com autoridades, por exemplo, que serão feitas na TV ou rádio nos estúdios, onde nós (profissionais do portal) acompanhamos a entrevista, tiramos foto, pegamos as principais informações, fazemos matéria, além de lançar o vídeo completo, o que acaba por ser algo integrado e sinérgico e característico da convergência.

6- O que se apresenta para o grupo como processo de convergência e qual sua importância de aplicação no portal?

A ideia é entender que somos uma só empresa. Essa filosofia junto á aplicação do processo de convergência do Portal Cidade Verde é importante porque fortalece a marca. A

TV tem uma marca, uma credibilidade, como a “Boa imagem do Piauí” e o portal Cidade Verde também esse papel de manter a qualidade dessa marca com boas matérias. Então, o processo de convergência ele acontece também pela necessidade de manutenção positiva da imagem do grupo e é uma grande preocupação que isso flua de uma maneira clara entre as mídias e nosso público.

A gente falar de integração e convergência é recente no portal, ainda estamos entendendo os protocolos principais necessários para aplicar o processo de convergência. Deve-se ter a noção que a integração, a convergência é mudança de comportamento, de postura, uma nova mentalidade, uma nova cultura e isso exige muito em qualquer empresa. E é preciso um planejamento estratégico que se inicia desde a diretoria, e isso só acontece com muito trabalho e cooperação de um todo.

7- Em relação ao processo de convergência, como são visualizadas as dimensões da convergência no portal?

Uma das nossas prioridades é o conteúdo com qualidade, palavra-chave dentro do portal, e a gente vem trabalhando o conteúdo de uma forma mais trabalhada. E isso é constantemente lembrado porque queremos que o internauta acesse e saiba que no portal Cidade Verde, ele vai ter um material diferenciado dos fatos, sejam fatos, fotos, vídeos e textos.

O que quero colocar é que ele acesse o portal e perceba algo de diferente, seja no olhar, na estrutura, na informação, na abordagem e esse processo da convergência ajuda a melhorar o processo da velocidade, da instantaneidade, pois se têm mais integração entre os profissionais. Hoje por exemplo, nós temos acesso em sua maioria pelo celular e precisamos saber como melhorar isso através do celular, como melhorar a visualização do site através do celular. Ao olhar o conteúdo exposto, percebe-se que às vezes, a televisão noticia um fato por um lado, e o portal noticia tal acontecimento por outro caminho.

Comercialmente, os internautas, empresários, os publicitários ainda estão no processo de descobrir a importância do webjornalismo e é preciso toda uma percepção de que vale a pena investir. Então, é sempre se voltando para a questão de entender como um produto/plataforma de mídia pode ter desenvolvido seu lado comercial e seu lado jornalístico. A direção já determinou que precise haver integração no grupo de mídia da TV Cidade Verde, mas para isso funcionar eu tenho que mudar pensamentos e culturas e é nesse processo que nos encontramos. Existem melhorias a se fazer no processo de convergência. Dentro do portal Cidade Verde, desde o início, nós indicamos que o repórter quando vai para rua, possa

filmar, gravar e trazer o material para ampliar nas outras mídias. Esse mesmo repórter é o que faz o texto, edita vídeo, edita áudio, pois ele já é multimídia, daí essa raiz multimídia que nasceu junto com o portal, deve ser aprimorada também com os profissionais dos outros meios com uma mudança de postura, visto que o próprio mercado exige isso do profissional.

O Portal Cidade Verde foi criado para ser genuinamente informação, informação mais regional, piauiense, mas antenada com o mundo e o internacional. Nossa origem é regional e a identidade do Estado permanece junto com o portal. A linguagem que o portal Cidade Verde usa é diferente da linguagem da TV, onde na internet tem que ser curta, rápida, mais clara onde buscamos entender as peculiaridades de cada uma das mídias e as vezes essa é a grande questão que nós lançamos: de saber o que se pega ou se puxa da TV para ser aproveitado no portal Cidade Verde, sabendo aproveitar as potencialidades e características que o webjornalismo proporciona, trazendo um olhar diferenciado.

ANEXOS

ANEXO A – AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL/TV CIDADE VERDE

Teresina, 24__ de setembro de 2018

Autorização institucional

Eu, Yala Fernanda Sena Santos, na condição de editora-chefe do Portal Cidade Verde, autorizo a realização de entrevistas para a pesquisa intitulada **Marcas do Processo de Convergência no webjornalismo piauiense: análise dos Portais Cidade Verde e G1/PI**, a serem realizadas nas dependências do Portal Cidade Verde. O projeto tem como pesquisador responsável a Prof^a. Dra. Cristiane Portela de Carvalho e tem como objetivo geral analisar as marcas do processo de convergência no webjornalismo dos portais Cidade Verde e G1/PI, a fim de entender como este processo contribui para a construção dos conteúdos noticiosos dos referidos portais. As entrevistas serão realizadas com o diretor de jornalismo, o chefe de redação do respectivo portal e um repórter do portal.

Yala Fernanda Sena Santos

NOME
Diretor(a) Portal Cidade Verde

ANEXO B - AUTORIZAÇÃO INSTITUCIONAL/TV CLUBE**De: G1/PI****Para: Universidade Federal do Piauí.**Teresina, 24 de setembro de 2018**Autorização institucional**

Eu, Paulo Marcelo Coutinho Costa Nóbrega, na condição de Diretor(a) de Jornalismo do Portal G1/PI, autorizo a realização de entrevistas para a pesquisa intitulada **Marcas do Processo de Convergência no webjornalismo piauiense: análise dos Portais Cidade Verde e G1/PI**, a serem realizadas nas dependências do Portal G1 PI. O projeto tem como pesquisador responsável a Prof^ª. Dra. Cristiane Portela de Carvalho e tem como objetivo geral analisar as marcas do processo de convergência no webjornalismo dos portais Cidade Verde e G1/PI, a fim de entender como este processo contribui para a construção dos conteúdos noticiosos dos referidos portais. As entrevistas serão realizadas com o diretor de jornalismo, o chefe de redação do respectivo portal e um repórter do portal.

Paulo Nóbrega
Diretor de Jornalismo
Rede Clube

Paulo Marcelo Coutinho Costa Nóbrega
Diretor(a) Portal G1/PI

ANEXO C – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Marcas Do Processo De Convergência no Webjornalismo Piauiense: Análise Dos Portais Cidade Verde e G1/PI

Pesquisador: JOAO DIEGO BARBOSA LOPES

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 99610718.0.0000.5214

Instituição Proponente: Universidade Federal do Piauí - UFPI

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 3.000.678

Apresentação do Projeto:

As práticas jornalísticas da atualidade estão inseridas nos contextos da tecnologia e do processo de convergência midiática, principalmente na internet. Isto faz com que os meios de comunicação busquem a integração dos seus suportes midiáticos, reorganizando estratégias empresariais, fluxos de conteúdos e ações profissionais. Desse modo, a presente dissertação tem como objetivo geral analisar as marcas do processo de convergência no webjornalismo dos portais piauienses Cidade Verde e G1/PI, a fim de entender como este processo contribui para a construção dos conteúdos noticiosos dos referidos veículos. Os objetivos específicos são: - analisar o conteúdo noticioso dos portais, a partir das matérias, em destaque na homepage, originadas de outros veículos do grupo, identificando as marcas do processo de convergência; - identificar de que forma as estratégias jornalísticas e empresariais de convergência são adotadas e postas em práticas nos portais; - comparar os aspectos positivos e negativos das marcas do processo de convergência praticado pelos portais. Parte-se, assim, das seguintes hipóteses de pesquisa: - os portais Cidade Verde e G1/PI apresentam em seus conteúdos noticiosos características de um webjornalismo marcado pela simples transposição de conteúdos entre veículos do mesmo grupo, com pouca ou nenhuma adaptação de linguagem específica para a web, o que reflete uma redundância nas matérias publicadas; - os profissionais que trabalham nos referidos portais, na maioria das vezes, conhecem estratégias eficientes para realizarem uma convergência de acordo com o que recomendam os estudiosos da área, mas não incorporam tais

Endereço: Campus Universitário Ministro Petronio Portella - Pró-Reitoria de Pesquisa			
Bairro: Ininga		CEP: 64.049-550	
UF: PI	Município: TERESINA		
Telefone: (86)3237-2332	Fax: (86)3237-2332	E-mail: cep.ufpi@ufpi.edu.br	



UFPI - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO PIAUÍ - CAMPUS
MINISTRO PETRÔNIO



Continuação do Parecer: 3.000.678

estratégias às rotinas de produção noticiosa; - tanto o portal Cidade Verde como o G1/PI veiculam conteúdos noticiosos com características multiplataforma, integrando suportes distintos do mesmo grupo, mas sem adaptar de forma estratégica seus conteúdos às especificidades do ambiente online e do processo de convergência na internet. O referencial teórico inclui autores que trabalham as temáticas do webjornalismo e do processo de convergência midiática, tais como Barbosa (2002; 2005; 2009), Jenkins (2001; 2009), Salaverría (2005), dentre outros. Os procedimentos metodológicos incluem a técnica da Análise de Conteúdo (AC), para análise das matérias jornalísticas dos portais, bem como o recurso da entrevista, a ser realizada junto aos profissionais que trabalham nos portais analisados.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Analisar as marcas do processo de convergência no webjornalismo dos portais Cidade Verde e G1/PI, a fim de entender como este processo contribui para a construção dos conteúdos noticiosos dos referidos portais.

Objetivo Secundário:

- analisar o conteúdo noticioso dos portais, a partir das matérias, em destaque na homepage, originadas de outros veículos do grupo, identificando as marcas do processo de convergência;
- identificar de que forma as estratégias jornalísticas e empresariais de convergência são adotadas e postas em práticas nos portais;
- comparar os aspectos positivos e negativos das marcas do processo de convergência praticado pelos portais.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: A participação nesta pesquisa representará risco mínimo de ordem psicológica aos entrevistados, estando relacionada com eventualidades no processo de coleta de dados, como constrangimento ao responder as questões da entrevista sobre o assunto, cansaço, mal-estar, e assim, ocorrendo, a participação na pesquisa será interrompida de forma imediata, integralmente ou temporariamente, sem qualquer penalidade ao respondente, caso seja do interesse do entrevistado e retomá-los posteriormente, se assim o desejar. A fim de contornar os riscos, será buscado minimizar desconfortos, garantindo local reservado e liberdade para não responder questões que optar, garantindo-se também que serão respeitados valores, culturais, sociais,

Endereço: Campus Universitário Ministro Petronio Portella - Pró-Reitoria de Pesquisa
Bairro: Ininga **CEP:** 64.049-550
UF: PI **Município:** TERESINA
Telefone: (86)3237-2332 **Fax:** (86)3237-2332 **E-mail:** cep.ufpi@ufpi.edu.br



**UFPI - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO PIAUÍ - CAMPUS
MINISTRO PETRÔNIO**



Continuação do Parecer: 3.000.678

morais, religiosos, éticos e do ambiente do trabalho do entrevistado, bem como hábitos e costumes privados. Serão adotados intervalos e pausas durante as entrevistas a fim de garantir maior tranquilidade e satisfação de necessidades fisiológicas e psicológicas dos entrevistados, a fim de dar prosseguimento à entrevista e assim, evitar riscos supracitados.

Benefícios: Esta pesquisa trará maior conhecimento sobre o tema abordado e para a produção e ampliação do conhecimento científico da área da comunicação e do jornalismo no Estado do Piauí

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa relevante

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Os termos foram apresentados.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

As pendências foram atendidas.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1213412.pdf	23/10/2018 12:31:19		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle_novo_outubro.pdf	23/10/2018 12:31:01	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Outros	termo_confidencialidade_diego.pdf	23/10/2018 10:13:58	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Outros	novo_cronograma_projeto.pdf	08/10/2018 14:57:16	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Outros	Encaminhamento.pdf	08/10/2018 14:35:22	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Outros	Curriculo_diego.pdf	08/10/2018 14:33:28	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Outros	CURRICULO_Cristiane.pdf	27/09/2018 11:40:01	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Outros	Instrumentos_coleta_dados.pdf	27/09/2018 09:01:19	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Outros	Carta_encaminhamento.pdf	27/09/2018 08:57:34	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito

Endereço: Campus Universitário Ministro Petronio Portella - Pró-Reitoria de Pesquisa

Bairro: Ininga

CEP: 64.049-550

UF: PI

Município: TERESINA

Telefone: (86)3237-2332

Fax: (86)3237-2332

E-mail: cep.ufpi@ufpi.edu.br



UFPI - UNIVERSIDADE
FEDERAL DO PIAUÍ - CAMPUS
MINISTRO PETRÔNIO



Continuação do Parecer: 3.000.678

Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto.pdf	27/09/2018 08:53:23	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Declaração de Pesquisadores	declaracao_pesquisadores.PDF	27/09/2018 08:36:31	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	g1.pdf	27/09/2018 08:34:10	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	cidade_verde.pdf	27/09/2018 08:33:30	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito
Folha de Rosto	DOC006_6.PDF	27/09/2018 08:27:19	JOAO DIEGO BARBOSA LOPES	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

TERESINA, 05 de Novembro de 2018

Assinado por:

**Maria do Socorro Ferreira dos Santos
(Coordenador(a))**

Endereço: Campus Universitário Ministro Petronio Portella - Pró-Reitoria de Pesquisa
Bairro: Ininga **CEP:** 64.049-550
UF: PI **Município:** TERESINA
Telefone: (86)3237-2332 **Fax:** (86)3237-2332 **E-mail:** cep.ufpi@ufpi.edu.br