

**UMA EQUIPE, DIVERSAS LINGUAGENS: APONTAMENTOS PARA UMA
REFLEXÃO SOBRE OS NOVOS MODOS DE NARRAR DO JORNALISMO NO
CONTEXTO MULTIMIDIÁTICO¹**

Taís Seibt²

Resumo:

Este artigo se propõe a discutir mudanças nas rotinas de produção do jornal impresso a partir da apropriação de linguagens multimídia como estratégia para a construção de uma narrativa jornalística convergente, tendo como base um primeiro movimento de observação de rotinas na editoria de Esportes do jornal Zero Hora, complementada por análise de produtos. Pretende-se apontar aspectos de convergência entre as diferentes plataformas na formulação de um novo modo jornalístico de narrar os acontecimentos, articulando conceitos oferecidos por estudos de newsmaking, jornalismo online, narrativa jornalística e convergência.

Palavras-chave: Jornalismo. Convergência. Multimídia. Rotinas produtivas. Redação integrada.

Introdução

Com o objetivo de sinalizar transformações nos modos de ser e fazer do jornal impresso, a partir da observação do movimento de integração das equipes on e offline no jornal Zero Hora³, um primeiro exercício de pesquisa exploratória foi realizado na editoria de Esportes do referido veículo, entre maio e julho de 2012. Por meio de entrevistas, observação de rotinas e análise de publicações, buscamos identificar elementos de mudança tanto na dimensão do produto quanto do processo de produção.

A integração total da Redação de Zero Hora foi introduzida em 13 de março de 2012, com a intervenção do editor de internet Pedro Dias Lopes na editoria de Esportes e seguiu-se com a distribuição dos profissionais online pelas diversas editoriais. Antes disso, dos cerca de

¹ Artigo apresentado ao 8º Interprogramas de Mestrado – Casper Líbero. São Paulo, 23 de novembro de 2012.

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

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

210 jornalistas de Zero Hora, em torno de 30 se dedicavam à atualização do site *zerohora.com*, de forma quase independente das editorias do jornal. A intenção é que, com a Redação integrada, cada seção seja responsável pela cobertura de seus assuntos nas plataformas impressa e digital, dominando cada especificidade de linguagem.

Tal movimento permite identificar aspectos de convergência entre as diferentes plataformas na formulação de um novo modo de narrar os acontecimentos, implicando em incorporação de novas linguagens, adoção de novas rotinas de produção e, conseqüentemente, no desenvolvimento de novas competências profissionais.

A cobertura da contratação do jogador de futebol uruguaio Diego Forlán pelo Internacional⁴, com desdobramentos entre junho e julho, reúne elementos para a problematização do acontecimento midiático na perspectiva da rotinização do trabalho jornalístico reconfigurado. Serve, também, para deslocar a problemática do acontecimento midiático sujeita à transmissão televisiva. Praticamente as mesmas categorias de enquadramento abordadas por autores que versam sobre o gênero podem ser utilizadas para descrever o acontecimento que iremos aqui chamar de multimídia.

Com base na observação participante das rotinas produtivas, complementada por uma análise de publicações, será possível fazer apontamentos acerca das reconfigurações de rotinas de produção na Redação do jornal, originalmente impresso, e como elas interferem na busca por uma narrativa jornalística convergente na cobertura multimídia de acontecimentos midiáticos.

Sobre Redações integradas

A emergência das ferramentas online desde o fim da década de 1990 e início dos anos 2000 tem colocado os jornais diante de um cenário de crise que obriga a rever os modos de ser e fazer do jornalismo impresso. De 2006 para cá, um movimento se configura como

⁴ O Internacional é um dos clubes de maior expressão no futebol gaúcho, ao lado de seu principal rival, Grêmio. A rivalidade entre as duas equipes representa um forte marco cultural no Estado e pauta cotidianamente a imprensa local. No jornal analisado, notícias relacionadas à dupla Gre-Nal, na maioria das vezes, estão no topo do ranking de mais lidas do site.

tendência nas Redações dos grandes jornais: a integração multimídia. As principais publicações têm deixado de operar de forma paralela o impresso e o online. Em 2006, o *The New York Times* inaugurou esse movimento espalhando pela Redação entusiastas das mídias digitais (SILVA; SANDONATO, 2012, online). *O Globo* se apresentou como o primeiro grande jornal do Brasil a repetir esse modelo, em 2009⁵. Tal movimento está em conformidade com a concepção de convergência jornalística apresentada por Salaverria (2003, online). O autor entende que a convergência jornalística se configura em quatro dimensões: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa.

Na dimensão empresarial, destaca-se a prevalência cada vez maior das ferramentas online como elementos-chave para a produção jornalística, conduzindo grupos de comunicação a reverem suas rotinas produtivas, assim como sua estrutura organizacional. Essa dimensão está intimamente ligada à convergência tecnológica. À medida que se popularizam, novos aparatos tecnológicos impõem não somente hábitos diferenciados de leitura, mas também de difusão de conteúdos informativos. Repórter, leitor e até mesmo fontes têm ao alcance praticamente o mesmo tipo de recurso para geração, transmissão e consumo de conteúdo, desafiando o jornalismo tradicional a criar estratégias para se diferenciar nesse espaço, que muda os tempos, os locais e os suportes de produção jornalística.

Brota daí o entendimento da terceira dimensão da convergência jornalística, que diz respeito ao profissional, do qual se exige que tenha aptidão para modular conteúdos adaptados a diferentes plataformas. Nesse aspecto, Salaverria (2003) diferencia os termos “multitarefa” – que parece mais um recurso empresarial para cortar custos com a equipe do que para diversificar seus conteúdos – e “multiplataforma” – este sim, o que elabora conteúdos para múltiplos canais, ajustando seus produtos às características de cada um. Diante das primeiras observações de rotina em Zero Hora, pode-se complementar o entendimento acerca do profissional “multimídia” desejado pelo mercado na perspectiva de que ele pode não ser estritamente um repórter multifuncional, que assume sozinho o papel de outros. Ao contrário,

⁵ “A redação do on-line está descendo para fazer parte da redação de papel. Aliás, a gente não fala mais redação on-line. Falamos que é a redação do Globo. Trata-se de um corpo só. O papel e o on-line vão sentar juntos”, disse o editor-executivo de *O Globo*, Orivaldo Perin, que coordenou todo o processo (AMADO; CASTRO; OLIVEIRA, 2009, online).

a autoria torna-se cada vez mais coletiva. No entanto, isso não exime o jornalista de “ser multimídia” no sentido de “pensar multimídia”, ou seja, ter a capacidade de compreender o conceito de cada plataforma e desenvolver peças adaptadas a cada uma delas.

Pode-se afirmar, portanto, que segue preservada ao repórter a tarefa de apuração jornalística. A diferença é que os dados, agora, podem ser entregues ao leitor não só na forma de texto escrito e diagramado em uma página de jornal, ilustrada ou não com fotografias e infográficos, mas também agregando uma série de possibilidades de linguagem, em colaboração com a equipe multimídia. Mais ainda, é possível que o papel do jornalismo no contexto multimidiático seja justamente a maneira de apresentar dados já disponíveis ao público de forma mais clara e compreensível ao leitor, como demonstram experiências de *data journalism*⁶.

A capacidade de transformar dados públicos em informação jornalística, somada à compreensão da última dimensão da convergência jornalística apresentada por Salaverria, a comunicativa, remete ao que Bruns (2003) postulou como *gatewatching*. Antes do online, não havia uma plataforma que permitisse difundir informações que combinassem códigos textuais e audiovisuais, com os quais o usuário pudesse interagir. Com isso, o discurso jornalístico ganha contornos dialógicos e desafia os profissionais a construir narrativas em fluxo contínuo⁷. Em alguns casos, cabe ao jornalista canalizar as vozes que reverberam no ambiente online apresentando-as em forma de notícia.

Por um lado, consagrados estudos de *newsmaking* passam a ser questionados, uma vez que o jornalista não é mais o detentor privilegiado das “chaves dos portões”⁸ da informação. No ciberespaço, o internauta, frequentemente, age como seu próprio *gatekeeper*, não necessariamente seguindo os mesmos critérios dos meios noticiosos. De outra parte, o

⁶ Chamado em português de “jornalismo de dados”, o *data journalism* se apropria de dados públicos ou privados, divulgados pelos seus detentores em bases de dados digitais, muitas vezes, pouco acessíveis à compreensão do grande público. A tarefa do jornal, nesses casos, é apresentar os dados de maneira mais amigável ao leitor.

⁷ Salles (2011, p. 7) aponta que essa discussão expõe novas relações do jornalista com o tempo: não há mais *deadline*, o noticiário pode ser alimentado a cada minuto, o texto não é um fim, mas uma continuidade exposta aos leitores, sempre em construção colaborativa.

⁸ A premissa dos estudos de *gatekeeping* é de que há uma série de fatores que determinam a escolha do jornalista por noticiar ou não determinado fato, os quais são chamados de “portões” (do inglês, *gates*) dispostos numa sequência mais ou menos precisa (TRAQUINA, 2001).

jornalista assume uma posição similar a de um bibliotecário: apenas controla o que será ou não incluído em sua biblioteca, servindo como guia para seus leitores (BRUNS, 2003, p. 5). Para o autor, essa prática de captação de notícias é tão adaptada às características do online como o processo do *gatekeeping* tem sido para a mídia tradicional. Quanto mais a audiência se transfere para a internet, mais provável é que as mídias venham a sofrer essa mudança de paradigma do *gatekeeping* ao *gatewatching* (BRUNS, 2003, p. 16).

Diante das transformações apresentadas nesta seção, entende-se que a integração da Redação tem como uma de suas missões oferecer ao público um produto jornalístico mais bem resolvido nesse contexto, desafiando profissionais a desenvolver um novo perfil de atuação, mais adaptado ao jornalismo multimídia.

O tempo do acontecimento

A escolha da editoria de Esportes como piloto para a integração multimídia da Redação de Zero Hora tem como razões a audiência e a previsibilidade da pauta, conforme informações do editor digital Pedro Dias Lopes, em entrevista concedida para a pesquisa de mestrado⁹ em desenvolvimento. Essas duas características fazem do Esporte uma editoria que funciona quase como um jornal independente e, por isso, presta-se a um laboratório.

O acontecimento escolhido para o tensionamento deste texto ilustra as duas dimensões. Por um lado, a contratação do jogador Diego Forlán pelo Internacional era pauta de sete das dez matérias mais lidas de *zerohora.com* no dia 7 de julho de 2012, dia da apresentação oficial do jogador no clube porto-alegrense. Destaque para as duas primeiras da lista: “Craque da copa de 2012, meia uruguaio Diego Forlán chega a Porto Alegre”, e “VÍDEO: acompanhe ao vivo a chegada de Diego Forlán na Capital”.

Em questão de audiência, até pelo poder de mobilização da dupla Gre-Nal no cenário futebolístico gaúcho, não é raro que boa parte dos acessos ao site seja provinda do noticiário esportivo. Nesse sentido, atende-se a critérios clássicos de noticiabilidade lembrados por Alsina (2009, p. 158) como significação – estar de acordo com a cultura de uma determinada

⁹ Título provisório: *Redação integrada – a experiência do jornal Zero Hora em busca de uma narrativa jornalística convergente.*

comunidade, no caso, a dos torcedores colorados – e consonância – encaixar-se nas expectativas da audiência, ou seja, informar sobre a chegada do jogador, se possível, na hora mesma de seu desembarque.

Do ponto de vista da previsibilidade, o que é peculiar na cobertura mencionada é justamente o “ao vivo”. O noticiário esportivo tem um fluxo mais ou menos programado. Assim, constitui-se a complexa burocracia criada para supervisionar a rede da informação (TUCHMAN 1983, p. 51 apud ALSINA, 2009, p. 153) e programar a cobertura dos acontecimentos, com a previsão adequada dos recursos necessários. Como aponta Wolf (1981, p. 284 apud ALSINA 2009, p. 152), fatores estruturais e rotinas produtivas entram em jogo com os valores das notícias para determinar o “limiar do noticiável” na relação acontecimento-mídia. “Percebemos muito mais um acontecimento quando o limiar de intensidade é muito alto” (ALSINA, 2009, p. 157).

Para delimitar o limiar do noticiável no caso Forlán, faremos um pequeno regresso do acontecimento, resumido no topo da página que abre o caderno de Esportes da edição impressa de Zero Hora do dia 7 de julho de 2012: “Há 49 dias, o Inter cogitou trazer Diego Forlán, craque da Copa de 2010 e jogador da Inter de Milão. Ontem, ele assinou o contrato e embarcou para Porto Alegre, onde hoje verá o jogo com o Cruzeiro no Beira-Rio”. Durante os 49 dias anteriores, Forlán pautou o noticiário esportivo, entre especulações e comentários até a concretização do negócio.



Figura 1: capa caderno Esportes, de Zero Hora, 7 de julho de 2012.

No dia 11 de junho, o site informou que o jogador teria sido oferecido ao Inter. Tratava-se ainda de um rumor, mas pelas características do meio online, onde há necessidade de atualizar o noticiário em periodicidade mais breve, e pelas características do jornalismo esportivo, que frequentemente se alimenta desse tipo de especulação, a possível oferta virou notícia.

Quase um mês depois, em 2 de julho, surge uma nova informação: amigos de Forlán teriam revelado que o uruguaio jogaria em Porto Alegre. Dezenas de publicações posteriores repercutiram a possibilidade da contratação de Forlán com outros jogadores do clube, analistas de futebol e imprensa internacional. A julgar por esses exemplos, o noticiário online parece ser o próprio ambiente em que o comentário do fato funciona também como acontecimento (ALSINA, 2009, p. 122).

A utilização desse recurso tem a ver com a reconfiguração dos processos produtivos da Redação. Durante a observação de rotina, o editor da área reforçou que a ordem é adiantar todo o conteúdo da edição impressa do dia seguinte no site. Antes da integração, o conteúdo

da edição impressa era programado para ser publicado no site na manhã do dia seguinte, quando o jornal já estava nas bancas e nas casas dos assinantes. Com o fim dos agendamentos, o noticiário matinal no site escasseou, obrigando a reportagem a buscar notícias desde cedo. Para tanto, a rotina interna da editoria foi alterada: antes, os setoristas de Grêmio e Inter chegavam à tarde e entregavam suas matérias às 20h, para o fechamento do jornal, quando o número de acessos ao site já está reduzido – o pico de audiência online fica por volta de 11h da manhã. Assim, dois setoristas passaram ao expediente matutino, visando à produção de conteúdo para atender ao internauta.

No dia 5 de julho, veio, enfim, a confirmação da contratação por procuradores do clube e do jogador. No dia seguinte ao anúncio oficial, lojas franqueadas já comercializavam camisetas com o nome do jogador estampado nas costas e o clube conquistou 83 novos sócios em um só dia. Tal repercussão garante destaque na capa principal da edição impressa de Zero Hora de 7 de julho, quando o acontecimento chegaria, enfim, ao limiar do noticiável.



Figura 2: capa principal da edição de Zero Hora, 7 de julho de 2012.

Por sua intensidade, devido à mobilização da torcida para recepcionar o jogador e por seu significado concreto de confirmação do anúncio, a contratação de Forlán pelo Internacional seria mais facilmente reconhecida como acontecimento – e acontecimento midiático – quando o uruguaio desembarcasse no Aeroporto Salgado Filho. Porém, o limiar se daria em um horário em que o jornal impresso não poderia enquadrá-lo como acontecimento. Como manda o valor-notícia da frequência, se um acontecimento for produzido em um tempo que esteja de acordo com a frequência do meio e com seu tempo de produção, é mais provável que ele se torne uma notícia (ALSINA, 2009, p. 157). No sábado à tarde, o jornal de domingo já está sendo entregue na casa do assinante e o de segunda-feira ainda está muito distante. No entanto, “(...) em função do progresso técnico, os condicionamentos de espaço e tempo do acontecimento vão diminuindo” (idem, p. 121). É aí que a reconfiguração das rotinas produtivas em busca de narrativas multiplataforma e o deslocamento do acontecimento midiático para o multimídia torna-se central.

Do acontecimento midiático ao multimídia

A incorporação de linguagens multimídia na Redação de um jornal originalmente impresso coloca o “ao vivo” ao alcance da mídia outrora apenas em papel. Já não é mais exclusividade da televisão a transmissão de um acontecimento diretamente do local em que este se desdobra. Nesse sentido, a noção de acontecimento midiático não estaria restrita somente ao televisivo, como se poderia compreender a partir das colocações de Dayan e Katz (s/d, p. 11), segundo os quais o acontecimento midiático seria “(...) un nuevo género narrativo que emplea el potencial único de los medios electrónicos para imponer una atención universal y simultánea con objeto de contar una historia primordial sobre los temas del día”.

A partir das razões para se estudar esse gênero apresentadas pelos autores na sequência de seu texto, aqui trataremos de deslocar a discussão do midiático para o multimídia, apontando semelhanças e diferenças nas transmissões “ao vivo” possibilitadas pelas plataformas online, assim como nas formas de encenação cultural que essas ferramentas colocam ao alcance de outras categorias de mídia.

a) Ao vivo – a primeira razão é a transmissão ao vivo e seu poder de mobilização. Na internet, isso se verifica de maneira segmentada, mas em consonância com as expectativas da audiência. Não se justificaria a interrupção da grade de programação televisiva para transmitir a chegada do reforço colorado, mas, no site, os interessados em acompanhar a transmissão, têm essa possibilidade, sem interferir na programação dos demais. O ao vivo deixa de ser essencialmente massivo – daí o pertencimento ao universo televisivo – para ser também segmentado.

b) Redes e tecnologia – seja por apropriar-se da linguagem de transmissão ao vivo – em áudio e vídeo – seja por gerar esse círculo de acessos em torno da transmissão, a estratégia explora o potencial da tecnologia dos meios eletrônicos e sua capacidade de integrar redes sociais ao seu redor.

c) Religião civil - “Con su conquista no solo del espacio, sino del tiempo, los acontecimientos mediáticos tienen el poder de declarar una fiesta y, de ese modo, desempeñar un papel en la religión civil” (DAYAN; KATZ, s/d, p. 22). Três mil torcedores colorados estiveram no aeroporto e outros 10 mil no estádio para recepcionar o jogador, conforme noticiou a imprensa local. Uma verdadeira festa da religião civil chamada futebol, em parte desencadeada pelas apropriações da cobertura midiática.

d) Estética da produção – outro ponto verificável é o da estética da produção incorporada pelos difusores e organizadores dos acontecimentos. No caso de Dayan e Katz, tratava-se da estética televisiva. Para o nosso caso, a estética é própria da internet. Ao embarcar em São Paulo, Forlán posta em seu perfil no Twitter uma foto e uma pequena frase sobre sua apresentação no Internacional.



Figura 3: postagem de Forlán no Twitter sobre a vinda a Porto Alegre

O jogador estava gerando notícia sobre ele mesmo, denotando certas competências midiáticas de transmissão ao vivo, com recursos textuais e fotográficos, que serviram imediatamente como objeto de noticiabilidade para a mídia estabelecida, como foi o caso de *zerohora.com*, com a notícia: “FOTO: Diego Forlán posta foto no Twitter e comemora coincidências com o 7”.

Nesse ponto, produto e processo se confundem, pois noticiar a postagem do jogador exige uma vigília do repórter em torno da mídia social, que seria um produto em si mesmo no contexto da rede, e serve ao jornalista como processo de produção de notícia. Estão aí envolvidas questões já comentadas em seções anteriores, entre as quais as novas relações dos profissionais com o tempo e as linguagens da comunicação, além a aptidão ao *gatewatching*.

Quanto ao uso da ferramenta pelo próprio jogador, permite considerar que há uma apropriação pública do acontecimento midiático. Pode ser que o jogador não tivesse o desejo consciente de criar um acontecimento para ser noticiado pela mídia instalada, mas ele queria torná-lo público para os que acompanham suas publicações na mídia social. Esse movimento demonstra uma expectativa de que determinados acontecimentos cheguem ao conhecimento público.

Depois de uma cobertura tão completa e diversificada nas mídias online, o jornal de segunda-feira não poderia noticiar a apresentação do jogador como algo absolutamente factual. Também não podia deixar de noticiar o acontecimento, pois nem todos os leitores consomem todas as mídias. Possivelmente, há quem ainda se informe apenas pelo impresso e vice-versa. O desafio se desloca, então, para a edição.

No contexto da Redação integrada, o editor tem o papel de “reempacotar” os conteúdos que já foram amplamente noticiados na mídia online ao longo do dia. Foi o caso da apresentação de Forlán. O material que sustentou o noticiário esportivo sobre o Internacional no fim de semana, com diversas publicações, foi editado numa espécie de “linha do tempo” das primeiras horas do jogador em Porto Alegre.



Figura 4: chegada de Forlán na edição impressa de Zero Hora, 9 de julho de 2012.

Este breve regresso do acontecimento lança pistas para uma aproximação do que os autores trazidos para este diálogo tomam como acontecimento midiático com o que compreendemos como acontecimento multimídia. Parece que estamos nos encaminhando para

um novo paradigma comunicacional que já não é massivo, mas multimidiático, no sentido mais genérico da palavra: unir textos, imagens, sons, vídeos, gráficos e interações. É necessário, portanto, diante dos novos modos de acontecer e de cobrir os acontecimentos, deslocar a discussão para o multimídia e para a convergência, tanto de linguagens como de processos produtivos.

Tal compreensão parece relevante para a situar a Redação integrada como novo paradigma da mídia impressa consolidada, diante das conseqüências que o acontecimento multimidiático impõe às rotinas, linguagens e competências jornalísticas. Novas aproximações empíricas e tensionamentos teóricos serão feitos no encaminhamento da pesquisa, no sentido de consolidar tais percepções.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

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

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

DAYAN, Daniel; KATZ, **Elihu**. **La historia em directo: la retransmisión televisiva de los acontecimientos**. Barcelona: Gustavo Gilli, s/d.

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

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

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



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

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