



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

**Convergência Jornalística e Cultura Profissional:
A Experiência do Núcleo Integrado Esportivo da Rede
Paraíba de Comunicação**

Angélica Gomes de Oliveira Lúcio Carneiro

João Pessoa, PB
Março/ 2015



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

**Convergência Jornalística e Cultura Profissional:
A Experiência do Núcleo Integrado Esportivo da Rede
Paraíba de Comunicação**

Angélica Gomes de Oliveira Lúcio Carneiro

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, área de concentração Produção Jornalística, linha Práticas, Processos e Produtos Jornalísticos.

Orientadora: Profa. Dra. Sandra Regina Moura
Coorientador: Prof. Dr. Guido Lemos de Souza Filho

João Pessoa, PB
Março/ 2015

C289c Carneiro, Angélica Gomes de Oliveira Lúcio.
Convergência jornalística e cultura profissional: a
experiência do Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de
Comunicação / Angélica Gomes de Oliveira Lúcio Carneiro.-
João Pessoa, 2015.
304f. : il.
Orientadora: Sandra Regina Moura
Coorientador: Guido Lemos de Souza Filho
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA
1. Jornalismo. 2. Produção jornalística. 3. Convergência
jornalística. 4. Rotinas produtivas. 5. Redação integrada.

UFPB/BC

CDU: 070(043)



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Comunicação, Turismo e Artes
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

A Dissertação de Angélica Gomes de Oliveira Lúcio Carneiro, intitulada
"Convergência Jornalística e Cultura Profissional: A Experiência do Núcleo Integrado
Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação", foi
aprovada com distinção pela banca examinadora.

Sandra Regina Moura

Profa. Dra. Sandra Regina Moura (Orientadora - UFPB)

Pedro Benevides

Prof. Dr. Pedro Benevides (UFPB)

Auciano de Sousa Lacerda

Prof. Dr. Auciano de Sousa Lacerda (UFRN)

João Pessoa, 27 de abril de 2015

A:

Meus amores, Mau e Pê, pela jornada de afeto.

Meus pais, Janga e Dan, pelo exemplo de vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus que sempre me fez sentir uma filha especial.

A meus pais, João Lúcio e Eridan, pelo amor, apoio e exemplo de retidão.

A meus orientadores, Sandra Moura e Guido Lemos, que me acolheram no retorno à academia, partilhando comigo seus conhecimentos.

A Maurício, pelo café da manhã, o almoço caprichado, as flores na sala. Pelo apoio na infraestrutura doméstica, o amor e o afeto em todas as horas, principalmente naquelas em que eu o trocava pelas aulas, as leituras difíceis e o constante dedilhar no teclado do computador.

A Pedro, meu filho e amor eterno - meu pequeno grande intelectual que um dia perguntou se eu iria ganhar mais depois do mestrado. Pela alegria de tê-lo na vida.

A Ângela, filha felina, nosso amuleto negro todos os dias do ano, pelos miados e ronronados de inspiração (*in memoriam*).

Aos meus irmãos, Giovanni, Nina, Diógenes, Rachel, Pepe, Segundo, Mini, Lis, Duda, Guto, Dália e Tiago, doze pontos de carinho e uma fiel torcida nessa lida. A Guto sou grata ainda por me ajudar com a língua do grande bardo, Shakespeare.

A Eliz Monteiro e Claudeci Ribeiro, pelas muitas vezes em que me socorreram no trabalho em função dos desafios acadêmicos. Também por tudo o que construímos ao longo dos vários anos de parceria, num amálgama de afeto que vai além dos caracteres e manchetes.

A Silvana Torquato, Eliane Cristina, Luzia Santos, Aline Lins, Andréa Alves, Jean Gregório, Expedito Madruga, Socorro e Silva, André Cananéa e Bartolomeu Honorato, pelo incentivo, dedicação, exemplo de garra e companheirismo.

A todos os repórteres, fotógrafos e demais profissionais que eu tive a honra de guiar um dia, por servirem de inspiração na busca pelo jornalismo de qualidade.

A Valéria Sinésio e Katiana Ramos, pelo carinho sem medida, olhar especial sem preço, mão amiga em uma hora difícil da vida.

A Renato Félix e Larissa Claro, pelos sorrisos e abraços; casa que vira alento, coração que vira abrigo.

Aos amigos e colegas do mestrado, em especial Roberta Matias, Edileide Vilaça, Mariah Araújo e Maria Helena Monteiro, pelos momentos de sabedoria que compartilhamos nessa caminhada.

Aos professores do mestrado, que me ajudaram a retomar uma antiga paixão pelos estudos, em especial Virgínia Barreto, Fausto Neto, Hildeberto Barbosa, Emília Barreto e Joana Belarmino.

À professora Yvana Fachine, pelas contribuições iluminadas durante o momento da qualificação.

A todos os jornalistas do Núcleo Integrado Esportivo, pelo tempo dispendido durante a aplicação do questionário, com um abraço amigo àqueles que me receberam para dividir experiências e relatos da profissão, virando fonte no momento das entrevistas.

À diretoria da Rede Paraíba de Comunicação, que me ofereceu total abertura para a realização deste trabalho nos veículos do grupo.

A Expedito Madruga e Phelipe Caldas, por me colocarem na cara do gol.

“As pessoas não querem olhar para o presente; vivem olhando pelo retrovisor porque é mais seguro, já passaram por ali, é confortável. Quem olha para o presente é considerado um desafio, um ruído incômodo. O presente é um campo que o homem sempre tem evitado ao longo da História – as utopias da humanidade são todas imagens de retrovisor da era anterior” (MARSHALL MCLUHAN).

RESUMO

O jornalismo sempre esteve sujeito a transformações em função das inovações tecnológicas, e duas grandes revoluções ocorridas nos séculos XIX e XX são dadas como marcos nesse processo: a chegada da rotativa e da imprensa de massa, em 1850, e a informatização, em 1970. Na contemporaneidade, a digitalização – como parte ainda desse segundo movimento – propicia novas alterações nas empresas de comunicação, não somente em relação ao aspecto gerencial e de estratégias de negócios, mas também com referência às formas de lidar com a notícia e ainda às práticas jornalísticas. A crise na indústria de mídia leva as empresas a se voltarem para o barateamento da produção, muda-se o perfil profissional e institui-se o modelo, muitas vezes distante da realidade, do “jornalista universal”, no qual se exige uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria. Chegamos a um novo campo para estudos empíricos, com a busca das empresas pela convergência jornalística e de redação integrada, numa reação a esse cenário complexo. Há múltiplas plataformas para a distribuição de conteúdo, e os profissionais de comunicação tentam se adaptar a esse formato. O presente estudo analisa como os aspectos culturais configuram a adoção de rotinas produtivas na redação do Núcleo Integrado Esportivo (NIE) da Rede Paraíba de Comunicação, que congrega empresas de rádio, televisão, jornal impresso e portal de notícias, com sede em João Pessoa-PB. Como objetivo geral, temos: mapear as marcas da convergência jornalística no Núcleo Integrado Esportivo (NIE) da Rede Paraíba de Comunicação, com foco principalmente na dimensão profissional. A partir daí, estabelecemos os seguintes objetivos específicos: conhecer a infraestrutura disponível para o trabalho do profissional polivalente; analisar a percepção dos jornalistas sobre o processo de convergência jornalística a partir de sua rotina de trabalho; apontar quais mudanças ocorrem na cultura jornalística com a implementação de um processo de redação integrada e traçar um perfil dos jornalistas que atuam no Núcleo Integrado Esportivo. Além da pesquisa bibliográfica, como percurso metodológico foi adotada uma combinação de métodos quantitativos e qualitativos, com aplicação de questionário, observação participante e entrevista em profundidade. Os resultados indicam que a etapa de sinergia em que se encontra hoje o NIE é a de convergência a três, conforme a “escala midiática” proposta por Salaverría e Negredo. Também identificamos a presença do jornalista multitarefa e algumas fases do modelo “dinâmico da convergência”, notadamente promoção cruzada, clonagem de conteúdos e distribuição multiplataforma. A criação de um núcleo de produção integrada alterou as rotinas produtivas dos jornalistas, mas percebe-se que o estabelecimento pleno da cultura de convergência ainda é um caminho longo a ser percorrido.

Palavras-chave: convergência jornalística; rotinas produtivas; redação integrada.

ABSTRACT

Journalism has always been subject to change due to technological innovations, and two great revolutions in the nineteenth and twentieth centuries are given as milestones in this process: the arrival of the rotary printing press and the mass media in 1850, and the computerization in the 1970s. In contemporary times, the computerization - as part of this second movement - provides new changes in media companies, not only in relation to the management aspect and business strategies, but also with the ways of dealing with the news stories and journalistic practices. The crisis in the media industry leads companies to turn to the reduction of production costs, the professional profile is changed establishing the model, often far from reality, of the "universal journalist", from which is required a diverse editorial capacity, adaptable to any area. We have reached a new field for empirical studies, with the companies sin earch of the journalistic convergence and integrated newsroom, in a reaction to this complex scenario. There are multiple platforms for content distribution, and communication professionals try to adapt to this format. This study examines how cultural aspects configure the adoption of productive routines in the newsroom of the NIE - "Núcleo Integrado Esportivo" (Integrated Sports Core) at Rede Paraíba de Comunicação, a company comprised of radio and television stations, newspaper and news sites, based in João Pessoa, Brazil. We have, as a general goal: mapping the marks of journalistic convergence in the NIE at Rede Paraíba, focusing mainly on the professional dimension. From that, we established the following specific objectives: to get to know the available infrastructure for the work of a multimedia professional; to analyze the perceptions of journalists about the process of journalistic convergence from their work routine; to show which changes occur in the journalistic culture with the implementation of an integrated newsroom and to make a profile of the journalists working in the NIE. Besides the bibliographical research, as methodological approach, we used a combination of quantitative and qualitative methods, with questionnaires, participant observation and in-depth interview. Results indicate that the synergistic step in which the NIE is today is the convergence by three, according to the "media scale" as proposed by Salaverría and Negredo. We also identified the presence of the multitask journalist and some phases of the "dynamic model of convergence", notably cross-promotion, content cloning and multiplatform distribution. The creation of an integrated production core altered the productive routines of journalists, but it can be seen that the full establishment of the convergence culture is still a long way to go.

Keywords: journalistic convergence; production routines; integrated newsroom.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Capítulo 1

Figura 1 – Modelo dinâmico da convergência.....	36
Figura 2 – Redação integrada da Rede Gazeta	45

Capítulo 3

Figura 3 – Vídeos do programa Globo Esporte estão disponíveis no GE.....	110
Figura 4 – Sistema de Gerenciamento de conteúdo do GE.....	113
Figura 5 – Programa Globo Esporte ilustra nota com imagem de notícia do GE.....	116
Figura 6 – Reunião geral da equipe do Núcleo Integrado Esportivo.....	117
Figura 7 – Cobertura de jogo de futebol em Tempo Real.....	125
Figura 8 – Matéria sobre resultado de jogo logo após TR.....	126
Figura 9 – Primeira edição do suplemento “De Olho na Copa”.....	129
Figura 10 – Matéria divulga participação de repórter do GE no Cantinho da Copa.....	131

LISTA DE TABELAS

Capítulo 3

Tabela 1 – Primeiro trabalho em redação integrada.....	135
Tabela 2 – Conteúdo personalizado.....	138
Tabela 3 – Material adaptado.....	139
Tabela 4 – Treinamento para multiplataforma.....	140
Tabela 5 – Múltiplas funções	141
Tabela 6 – Salário para atuar no NIE.....	141
Tabela 7 – Jornada de trabalho.....	143
Tabela 8 – Tempo para produção.....	143
Tabela 9 – Pautas externas.....	144
Tabela 10 – BDs e convergência.....	144
Tabela 11 – Pauta integrada.....	145
Tabela 12 – Satisfação com emprego.....	145
Tabela 13 – Adaptação à plataforma.....	145
Tabela 14 – Ferramentas para trabalho.....	147
Tabela 15 – Equipamentos.....	148
Tabela 16 – Canais de interação.....	149
Tabela 17 – Melhoria do conteúdo.....	150

LISTA DE SIGLAS

AL – América Latina
BDs – Bases de Dados
CMA – Sistema Gerenciador de Conteúdo
GE – Globoesporte.com/pb
NIE – Núcleo Integrado Esportivo
STF – Supremo Tribunal Federal
UFPB – Universidade Federal da Paraíba
UPJ – Unidade Portátil de Jornalismo
WA – WhatsApp
WAN – World Association of Newspaper
WEF – World Editors Forum

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPITULO 1	24
DA CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS À CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA.....	24
1.1 Dimensões da convergência jornalística.....	30
1.1.1 Novos cenários, novas habilidades	55
1.1.2 Identidade jornalística e formação acadêmica	60
1.1.3 Cultura profissional é hábito adquirido.....	64
1.1.4 Jornalismo e inovações tecnológicas	69
1.1.5 Jornalismo em base de dados.....	74
1.1.6 Cenário convergente e jornalismo móvel.....	78
 CAPITULO 2	 82
OS CAMINHOS DA PESQUISA	82
2.1 A opção pelo estudo de caso	84
2.1.1 Metodologia para análise de entrevista com jornalistas	90
2.1.2 Coleta de dados e informações qualitativas	92
 CAPITULO 3	 95
A CONVERGÊNCIA NOSSA DE CADA DIA	95
3.1 Conhecendo o campo de estudo	95
3.1.1 TVs Cabo Branco e Paraíba	95
3.1.2 G1 Paraíba.....	96
3.1.3 GloboEsporte.com/pb.....	99
3.1.4 Jornal da Paraíba	99
3.1.5 Rádios CBN e Cabo Branco FM.....	102
3.2 Redação integrada de esportes: um projeto piloto.....	102
3.2.1 Registros da observação participante	119
3.2.2.1.1 A prática do TR na redação integrada	123

3.2.1.2 De olho na Copa do Mundo	128
3.2.2 Perfil do jornalista que atua no NIE	133
3.2.2.1 Convergência na voz de quem é parte do fenômeno	151
3.2.2.1.1 O jornalista mais antigo	152
3.2.2.1.2 O jornalista apresentador de TV	154
3.2.2.1.3 A jornalista crítica	154
3.2.2.1.4 O jornalista editor	155
3.2.2.1.5 O jornalista recém-formado	157
3.2.2.1.6 O jornalista online	158
3.2.2.1.7 O jornalista esportivo	159
3.2.2.1.8 A malha de vozes dos jornalistas	160
3.3 Aspectos preliminares da convergência: a integração no Jornal da Paraíba....	195
 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 200
 REFERÊNCIAS	 206
 APÊNDICES	 215
Apêndice A (entrevista preliminar)	215
Apêndice B (Questionário).....	218
Apêndice C (Roteiro de entrevista)	225
Apêndice D (Entrevistas em profundidade)	227
Apêndice E (Observação participante)	298
ANEXOS	303

INTRODUÇÃO

Da Grécia antiga, nasceu a maratona, uma das mais belas modalidades esportivas já criadas até hoje. Conta a lenda que Pheidippides, soldado experiente, correu cerca de 40 Km apenas para levar uma mensagem até Atenas. Já exausto, ele conseguiu dizer apenas uma palavra: “Vencemos”. E caiu morto. Hoje, bastam alguns segundos para as informações irem de um continente a outro. Enquanto um corredor paraibano cruza a linha de chegada percorrendo as ruas de Los Angeles, milhares de pessoas acompanham seu esforço e vitória em tempo real, no Brasil. Para isso, entram em cena bits, softwares, dispositivos móveis, *gadgets*, aplicativos e jornalistas polivalentes preparados para levar a notícia aonde a audiência está. Antes que suspire a palavra “venci”, o maratonista do nosso tempo já terá sua imagem replicada em sites, portais e nas redes sociais. Não demora muito, e sua cara de esgar terá virado “meme”.

O tempo de circulação da informação agora é ínfimo, em comparação com a extenuante missão de Pheidippides, o herói ateniense. O campo de guerra, onde se desenvolvem batalhas contra o tempo e a precariedade da função de comunicador, também é outro e encontra no ciberespaço a principal arena para os duelos dos jornalistas com os novos dilemas da profissão.

Tal cenário não é novidade. O jornalismo sempre esteve sujeito a transformações em função das inovações tecnológicas, e duas grandes revoluções ocorridas nos séculos XIX e XX são dadas como marcos nesse processo: a chegada da rotativa e da imprensa de massa, em 1850, e a informatização, em 1970. Na contemporaneidade, a digitalização – como parte ainda desse segundo movimento –, propicia novas alterações nas empresas de comunicação social, não somente em relação ao aspecto gerencial e de estratégias de negócios, mas também com referência às formas de lidar com a notícia e ainda às práticas jornalísticas.

No cenário atual, destacam-se importantes movimentos nos veículos de comunicação de massa, após o advento da tecnologia da comunicação e da informação. As empresas se voltam para o barateamento da produção, muda-se o perfil profissional e institui-se o modelo do “jornalista universal”, no qual se exige uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria. Chegamos a um novo campo para estudos empíricos, com a busca das empresas pela convergência jornalística e de redação integrada, numa reação a esse cenário complexo. Agora,

jornalistas apuram, redigem, editam, comentam e produzem: tudo ao mesmo tempo e dando fim ao profissional especialista. Conteúdo de jornal impresso alimenta sites e portais – e vice-versa. Redações de TV bebem do que ouvem nas rádios e do que foi visto nas páginas dos jornais. Há múltiplas plataformas para a distribuição de conteúdo, e os profissionais de comunicação precisam se adaptar a esse novo formato.

Em algum momento, feito a história do ovo e da galinha, não dá para saber quem veio primeiro, quem apura mais, quem veiculou a notícia com maior celeridade. Interessa descobrir como a informação chegará até o público-alvo. Para isso, redes de comunicação estão buscando redações integradas na tentativa não apenas de economizar tempo e dinheiro, mas também de conseguir uma relação melhor no fluxo de informações e no processo de produção da notícia.

A integração de redações em vários veículos mundo afora está diretamente relacionada à crise do modelo de negócio dos jornais impressos. Müller (2012, p. 160) aponta que, ao final da primeira década do século XX, as empresas passaram a testar modelos híbridos de acesso às edições digitais (parcialmente gratuito ou gratuito para assinantes das edições impressas), ao mesmo tempo em que buscavam reduzir custos e obter sinergias por meio da integração de redações de vários veículos da mesma empresa – processo facilitado pela digitalização.

As mutações vivenciadas pelo jornalismo também estão ligadas à volatilidade e instantaneidade porque passa atualmente a sociedade, com uma valorização da cultura do efêmero, da velocidade, do que é descartável. Tudo isso está relacionado às transformações socioeconômicas recentes, que suscitam uma reestruturação do capitalismo mundial e o estabelecimento de uma sociedade em rede – o que também reflete nas estruturas das empresas e das profissões, de modo geral, com grande impacto no jornalismo.

Nesse cenário, vemos: a necessidade de adaptação dos meios de comunicação à nova mídia digital; o surgimento de novos produtos e novos modelos de negócios; e o aparecimento de uma nova forma de pensar e de estar no mundo, ou seja, de uma nova lógica de raciocínio, caracterizada pelo desenvolvimento simultâneo de diferentes habilidades e da capacidade de múltipla atenção nos indivíduos.

De olho na sobrevivência num mundo cada vez mais complexo e com tanta informação gratuita acessível, as empresas de comunicação reveem suas estratégias. A busca por novas técnicas de trabalho, que garantam mais agilidade e precisão, e o barateamento da produção também alimentam as discussões sobre o “futuro do jornalismo”. Com notícias digitais

disponíveis 24 horas e um cenário com jornais encolhendo dia após dia, a adoção de redações integradas surge como alternativa para os veículos de comunicação.

Levantamento realizado em 2008 pelo *World Editors Forum* (WEF) e *World Association of Newspaper* (WAN) com entidades parceiras apontou que, entre 704 editores e executivos sênior, de 180 países de todos os continentes, 86% concordaram que a integração de redações ou a redação multimídia seria a norma dentro de cinco anos. Já um estudo sobre integração de redações na América Latina (AL), realizado com responsáveis pelas edições web de 43 meios dos jornais mais importantes da AL, revelou que 74% dos meios planejavam integrar as redações impressas e online em curto, médio ou em longo prazo. Naquela época, só havia 4% das redações integradas.

Entre o ideal e o possível, no entanto, há barreiras, desafios e ruídos. Qual o resultado do produto final da convergência jornalística, considerando-se os aspectos tecnológicos, empresariais, profissionais e de conteúdo? Que mudanças ocorrem no exercício diário do fazer jornalístico? A quem cabe o furo da notícia, quando tantos veículos estão envolvidos? Os questionamentos partem não apenas de quem participa do processo, mas também do meio acadêmico.

Nos últimos 50 anos, houve um acelerado desenvolvimento nos estudos sobre o jornalismo como campo específico do conhecimento científico. As primeiras escolas de Jornalismo no Brasil só vieram a ser autorizadas pelo governo federal no final da década de 1940, e a criação de disciplinas específicas de Teoria do Jornalismo ganhou impulso a partir de meados da década de 1980.

Na primeira década do século XXI, conforme resgate de Pereira (2012. p. 81), houve também um renovado interesse pelos estudos de sociologia profissional dos jornalistas provocados pelo surgimento de novos objetos de pesquisa. Para o autor, a busca por esse enfoque tem servido de base para entender como se configura o perfil do profissional multimídia ou multitarefa em contextos de convergência ou integração de redações, também objeto do nosso estudo.

Nesse contexto, ainda conforme Pereira, os recentes estudos sobre jornalismo enfocam, dentre outros temas, a identidade do assessor de imprensa e do jornalista que atua em mídias corporativas; o exercício do jornalismo por outros grupos sociais, como blogueiros e praticantes de modalidade do “jornalismo cidadão”; e ainda debates sobre a regulamentação profissional e

fenômenos de precarização do estatuto do jornalista, a partir da queda da exigência do diploma de jornalista.

Segundo Seibt (2014, p.50), nos primeiros anos de irrupção da internet, o estudo das mudanças na profissão jornalística estava mais centrado na reflexão teórica, “antes preocupado em descrever desejos que realidades”. A partir do ano 2000, surgem importantes estudos, com uso principalmente de metodologias quantitativas, com foco em uma perspectiva empírica acerca dos perfis e das condições de trabalho dos jornalistas.

A decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), em 2010, pelo fim da obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo no Brasil ampliou as discussões sobre o fazer jornalístico, bem como propiciou novas discussões no meio acadêmico e no mercado de trabalho.

Para Adghirni (2012), as consequências da decisão dos juízes do STF “ainda são imprevisíveis para o futuro do jornalismo como profissão e para a sociedade como espaço público de discussão”. Volta à tona, desse modo, um debate antigo sobre o jornalismo como uma simples prática profissional e que poderia existir sem a necessidade seja de uma formação universitária especializada, seja da produção de conhecimento sistemático.

Em abril de 2013, a Universidade Federal da Paraíba (UFPB) iniciou as aulas da primeira turma do Mestrado Profissional em Jornalismo, em caráter pioneiro no país. O curso visa a formar profissionais capacitados em nível avançado para atuar no exercício das atividades que constituem o trabalho jornalístico e foi criado num momento especial da profissão e das discussões sobre jornalismo não apenas no Brasil, mas no mundo como um todo. Mais: oferece condições para que se amplie a interface entre o saber-fazer - a prática do conhecimento - e as teorias da comunicação.

Esta pesquisa analisa as marcas da convergência jornalística na Rede Paraíba de Comunicação, a partir da criação de um núcleo esportivo com profissionais oriundos das TVs Cabo Branco e Paraíba, Jornal da Paraíba e Portal Globoesporte.com. Ao todo, o grupo de comunicação com sede em João Pessoa possui: um jornal impresso; duas rádios (Cabo Branco FM e CBN João Pessoa); duas emissoras de TV (Paraíba, em Campina Grande, e Cabo Branco, em João Pessoa); além dos portais G1 Paraíba e Globoesporte.com/pb, bem como o portal do próprio jornal (www.jornaldaparaiba.com.br).

O presente estudo investiga rotinas de trabalho e cultura profissional no Núcleo Integrado Esportivo (NIE) da Rede Paraíba de Comunicação, com base na linha “Práticas, Processos e Produtos Jornalísticos”, do Mestrado Profissional em Jornalismo oferecido pela UFPB. Para este trabalho, utilizamos o conceito de cultura profissional adotado por Vizeu (2008, p. 224), o qual compreende um conjunto de retóricas, táticas, astúcias, códigos e rituais, dentre outros itens, relativo às funções dos jornalistas na sociedade e que se traduz numa série de paradigmas e práticas profissionais.

Busca-se com essa pesquisa identificar marcas da convergência jornalística entre as diferentes plataformas do grupo. Dentre outros estudos, nos baseamos no projeto *Convergencia Digital en los Medios de Comunicación en España* (2006-2009), que envolveu pesquisadores de 12 universidades espanholas. Sobre esse projeto, Barbosa (2009) apresenta seis áreas de abrangência de convergência jornalística: Tecnologias (infraestrutura técnica); Empresarial (grupos nacionais e internacionais em seus processos de alianças e fusões); Profissionais (redações unificadas ou independentes que trabalham em sistema de cooperação na produção de conteúdos para distintas plataformas); Editorial/Conteúdos (mistura de gêneros jornalísticos e a linguagem multimídia para a elaboração de novos formatos da notícia); Meios (com suas linguagens e características específicas); e Audiência (participação do público via canais de interatividade).

A importância do tema se justifica pela crescente tendência de adoção de redações integradas por grupos de comunicação no Brasil e no exterior, com equipes capazes de atender as demandas jornalísticas nas diversas plataformas. Tais ambientes criam novas funções e a figura do profissional “polivalente”, que se torna “malabarista das ferramentas digitais”, uma vez que as mudanças geradas por uma sociedade em rede passaram a exigir jornalistas dedicados à produção multimídia integrada, com atuação em texto, vídeo, foto e áudio, dentre outras habilidades.

A partir de explorações com os envolvidos no Núcleo Integrado Esportivo, percebemos que uma das principais dificuldades enfrentadas é não apenas produzir conteúdo de modo integrado e que seja adequado aos diferentes meios, mas também como estar preparado para atuar em múltiplas plataformas. A implantação de um núcleo esportivo ampliou a quantidade de notícias sobre essa temática específica nos veículos da Rede Paraíba de Comunicação, mas os profissionais não se percebem como participantes de um processo de convergência jornalística.

Com isso, temos a seguinte problemática: como os aspectos culturais configuram a adoção de rotinas produtivas na redação do Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação?

Ao analisarmos os motivos que geram esse problema, chegamos à seguinte hipótese: embora inseridos nesse ambiente convergente (redação integrada), os jornalistas do Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação não incorporam a convergência como prática cultural, mas como recurso tecnológico, ou seja, apenas como ferramenta.

Como objetivo geral, temos: mapear as marcas da convergência jornalística no Núcleo Integrado Esportivo (NIE) da Rede Paraíba de Comunicação, com foco principalmente na dimensão profissional. A partir daí, estabelecemos os seguintes objetivos específicos:

1. Identificar os processos jornalísticos adotados pelo Núcleo Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação na produção de conteúdo para portal, TV e jornal impresso, após a implantação do projeto de integração;
2. Conhecer a infraestrutura disponível para o trabalho do profissional polivalente;
3. Apontar quais mudanças ocorrem na cultura jornalística com a implementação de um processo de redação integrada;
4. Analisar a percepção dos jornalistas sobre o processo de convergência jornalística a partir de sua rotina de trabalho.

A dissertação está dividida em três capítulos, além da Introdução e da Conclusão. No Capítulo 1, abordamos a convergência de mídias. Partimos de uma visão geral, proposta por Jenkins (2008), inclusive mostrando o quanto a digitalização foi importante para esse fenômeno, até chegarmos à conceituação apresentada hoje por distintos autores sobre o que é convergência jornalística. A partir daí, enfocamos as dimensões da convergência propostas pelos teóricos (SALAVERRÍA; DOMINGO et al), bem como as diferentes visões de convergência e integração de redações adotadas pelas empresas informativas, evidenciando que não existe uma fórmula pronta ou modelo único. Mostra-se ainda que a busca por redações integradas surge como uma tentativa das empresas de economizar custos na produção do conteúdo jornalístico, mas que há severas críticas ao modelo.

Dando continuidade ao Capítulo 1, enfocamos os novos cenários nas empresas de comunicação e as habilidades exigidas dos jornalistas a partir das mudanças no mundo digital.

Joga-se luz também sobre a necessidade de capacitação dos profissionais para que os mesmos possam desempenhar o perfil de jornalista polivalente com êxito. Mostramos que a cultura profissional é um elemento chave no processo de convergência jornalística, visto que se estrutura a partir do momento em que os jornalistas partilham valores e formas de ver e operar (STRELOW, 2010). O Capítulo 1 prossegue com um tópico sobre a relação do jornalismo com as inovações tecnológicas, no qual se resgata também um pouco do pensamento de McLuhan (1964), sobre tecnologia, comunicação e homem, e Flusser (2007), sobre a relação homem-aparelho. Inclui ainda considerações sobre o jornalismo em base de dados, bem como o cenário convergente e as mídias móveis.

Prosseguindo com a dissertação, temos o Capítulo 2, com a apresentação do percurso metodológico realizado para este estudo e as estratégias de investigação definidas. Além da revisão bibliográfica, escolhemos como *corpus* empírico a Rede Paraíba de Comunicação, como parte da observação da atividade jornalística convergente, levando-se em consideração a abordagem do *newsmaking*, que trabalha com a prática da coleta de dados por meio da observação sistemática de tudo o que acontece no ambiente adotado como objeto de estudo, desde conversas informais a entrevistas estruturadas com os profissionais selecionados.

Para a realização deste trabalho, optamos pelo método de estudo de caso, um dos mais usados para a realização de pesquisas no campo da comunicação, e fizemos uma combinação de técnicas variadas de coleta de dados, incluindo adoção de questionários e entrevistas, além da análise do material coletado.

Nesse caso específico, levamos em consideração os postulados de Pereira (2014) sobre metodologia para entrevistas com jornalistas. A ideia é que o pesquisador empreenda um esforço de desconstrução do discurso do jornalista entrevistado, contextualizando sua narrativa em uma grade analítica teoricamente fundamentada ou se utilizando de dados empíricos de outras pesquisas.

O Capítulo 3 traz uma apresentação dos veículos que compõem a Rede Paraíba de Comunicação e o detalhamento de como surgiu o NIE. Nesse capítulo, abordamos os elementos que serão utilizados para formular as conclusões da presente pesquisa, evidenciando a rotina produtiva e o discurso dos profissionais que participam do processo de convergência jornalística. A seção também inclui resultados de uma pesquisa quantitativa e dados de observação participante, que foram utilizados para formar o perfil dos jornalistas que atuam no Núcleo

Integrado Esportivo, juntamente com entrevista em profundidade e análise dos enunciados.

A motivação para a realização desta pesquisa surgiu ainda em 2012, por ocasião do lançamento do edital de seleção para o Mestrado Profissional em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Com proposta pioneira no Brasil, o programa de pós-graduação logo despertou nossa atenção, ao oferecer a possibilidade de conciliar as atividades profissionais com os estudos acadêmicos. Ainda que a região Nordeste, e em especial a Paraíba, já oferecesse outras opções de aprimoramento profissional em nível de mestrado, nenhuma delas havia se mostrado atrativa para nós, não apenas pelas dificuldades que surgiriam para aliar emprego e estudos, mas principalmente por se tratarem de programas de pesquisa sem uma efetiva aproximação com as discussões do mercado de trabalho – opção por nós escolhida desde a conclusão da graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Prosseguindo nas investigações primárias para elaboração de um projeto de pesquisa que pudesse ser apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, optamos, desde o início, por ter como objeto de estudo algo relacionado à Rede Paraíba de Comunicação, onde atuávamos na editoria-executiva de um dos veículos do grupo, especificamente o *Jornal da Paraíba*. O fator tempo também contribuiu para nossa escolha, pois identificamos que, estando próximo ao campo empírico, seria mais fácil obter os dados necessários à pesquisa, bem como desenvolver as atividades previstas durante o tempo necessário. Além disso, também pesou para a escolha por analisar a convergência jornalística na Rede Paraíba de Comunicação nossa boa relação com os prováveis informantes. Alguns dos elementos citados acima são, inclusive, apresentados como itens que devem ser observados na condução da escolha do caso ou casos de estudo (GÓMEZ; FLORES; JIMENEZ, 1996).

A escolha pelo tema redação convergência jornalística também está relacionada ao nosso interesse particular pelo fenômeno em questão, não apenas do ponto de vista acadêmico, mas também de ordem gerencial, visto que tínhamos interesse em conhecer mais a fundo as experiências desenvolvidas em outras empresas de comunicação. No Brasil, vários veículos já operam no modelo integrado, como *Folha de S. Paulo* (SP), *O Estado de São Paulo* (SP), *A Tarde* (BA), *O Globo* (RJ), *Extra* (RJ), *Zero Hora* (RS), *Gazeta do Povo* (PR), *Jornal do Commercio* (PE), *Diário de Pernambuco* (PE), *Rede Gazeta* (ES) etc.

As discussões sobre convergência jornalística já fazem parte da Rede Paraíba de Comunicação desde 2011, quando a Superintendência do grupo escolheu uma equipe, com

integrantes do então portal *Paraíba1* e do *Jornal da Paraíba*, para conhecer *in loco* o modelo de redação integrada adotado pelo jornal *A Gazeta*, do Espírito Santo. Na ocasião, a equipe pôde constatar, dentre outras coisas, que a proposta de integração funcionava de forma mais efetiva com os profissionais da editoria de Esportes. De lá para cá, a convergência jornalística passou a ganhar maior interesse nas discussões do grupo, inclusive com medidas práticas, o que consolidou nossa decisão por este estudo de caso.

O vínculo funcional com a Rede Paraíba de Comunicação, à época, antes de ser um empecilho, pareceu-nos favorecer o estudo em questão, visto que os procedimentos metodológicos realizados interagiam com nossas impressões cotidianas e muitos dos elementos que serão descritos ao longo do presente trabalho surgiram a partir do contato cotidiano com as rotinas produtivas no Núcleo Integrado Esportivo.

Faltando poucos meses para a conclusão desta pesquisa, houve nosso desligamento do *Jornal da Paraíba*, o que nos levou a algumas alterações no projeto, especificamente em não mais desenvolver a modelização de um sistema de base de dados que facilitasse a integração das redações na Rede Paraíba de Comunicação.

Com esta pesquisa, procuramos também contribuir para as discussões, especialmente em nível regional, sobre as relações entre tecnologia, jornalismo e cultura profissional, notadamente a partir do prisma da convergência jornalística.

1 DA CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS À CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA

O estudo de convergência de mídias se delineia no contexto das mudanças ocorridas em diferentes veículos de informação, após o paradigma da revolução digital, conforme já abordaram Johnson (2001), Jenkins (2008), Castells (2007), Gillmor (2005), Palácios (2006, 2010, 2011), Lemos (2008), entre outros.

O conceito de convergência começou a se popularizar nos últimos tempos por profissionais de comunicação e acadêmicos, mesmo o vocábulo não sendo novo e tendo sua aplicação voltada a esse segmento, de fato, há mais de três décadas.

Para Bastos et al (2012), a convergência é um conceito amplo e ambíguo, tendo a própria palavra uma história de séculos ligada a diversas áreas do conhecimento, como a matemática ou a biologia. Sua aplicação a fenômenos relacionados à comunicação, no entanto, é relativamente recente, remontando ao final da década de 1970. “A partir do final da década de 1990, devido às transformações profundas nas empresas jornalísticas, (...) este conceito teórico adquiriu um protagonismo especial. Não obstante, já antes disso as empresas tinham experimentado processos de convergência” (BASTOS et al, 2012, p.2).

Uma palavra polissêmica e dinâmica como esta tem propiciado múltiplas aproximações desde perspectivas variadas. Assim, há tantas maneiras de entendê-la como projetos em marcha. As definições provenientes do mundo profissional, que tendem a centrar-se em aspectos concretos - como a configuração das redações e os processos de produção - têm pouco a ver com as universitárias, geralmente mais amplas (MICO, MASIP, BARBOSA, 2009, p.1).

Em 2001, Jenkins publicou um ensaio, de apenas uma página, intitulado *Convergence? I diverge*, no qual começou a desenvolver a concepção de cultura da convergência. No texto, o autor faz críticas às visões fragmentadas sobre convergência e defende que o fenômeno seja compreendido em um conjunto de, pelo menos, cinco processos interligados: tecnológico, econômico, social ou orgânico, cultural e global.

Convergência **tecnológica** se refere à digitalização de todos os tipos de mídia a ponto de “expandir o relacionamento entre elas e capacitá-las para o fluxo por meio de plataformas”. A **econômica** engloba a integração horizontal da indústria de mídia, provocando a reestruturação da

produção cultural, como estratégias de promoção sinérgica e exploração da transmídia, ou seja, do uso de diversas plataformas de mídias. **Convergência social ou orgânica** compreende o empenho, por parte do público, de realizar diversas tarefas ao mesmo tempo e que exigem níveis diferenciados do uso da mídias, como ouvir música, ver TV, navegar na internet e enviar um e-mail, tudo feito de forma simultânea.

Prosseguindo com o que propôs Jenkins, temos ainda a **convergência cultural**. Aqui, o autor se refere à “explosão de novas formas de criatividade na intersecção de várias tecnologias de mídia, indústria e consumidores”, resultando na cultura participativa e no encorajamento da apresentação de conteúdo por meio de múltiplas plataformas. Por fim, temos a **convergência global**, que é resultante da “hibridização cultural”. Compreende a circulação internacional do conteúdo midiático, promovendo novas formas de cidadania.

No livro *Cultura da Convergência*, lançado no Brasil em 2008, Jenkins conceitua convergência como o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia. Jenkins também se refere à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, os quais vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2008, p. 29).

Para Jenkins, a circulação de conteúdo – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Em vez de trabalhar com a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos, o autor defende que a convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos.

A convergência de mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos uma banda larga suficiente ou

quando descobrirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura de convergência (JENKINS, 2008, p. 43).

O autor prossegue em sua formulação, propondo que a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser, uma vez que a convergência se dá dentro do cérebro dos consumidores individuais e em suas interações com os outros. “Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos e informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos a vida cotidiana” (JENKINS, 2008, p. 30).

O mesmo pensamento é partilhado por Santaella (2003, p. 146), para quem “as mídias digitais com suas formas de multimídia interativa estão sendo celebradas por sua capacidade de gerar sentidos voláteis e polissêmicos que envolvam a participação ativa do usuário”.

As duas bases principais para isso estão na convergência de mídias anteriormente separadas e na relação interativa entre o usuário e o texto híbrido que este ajuda a construir. A convergência das mídias diz respeito à ligação sem precedentes da imagem fotográfica fixa com mídias que antes lhe eram distintas: áudio digital, vídeos, gráficos, animação e outras espécies de dados nas novas formas de multimídia interativa (SANTAELLA, 2003, p.146).

Jenkins relembra que, em 1990, o best-seller *A Vida Digital*, de Nicholas Negroponte, traçava um nítido contraste 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 destinada a nichos, sob demanda.

A ideia em curso era que os antigos meios de comunicação seriam absorvidos pela órbita das tecnologias emergentes. Pensamento que também era compartilhado pelo revolucionário digital George Gilder, ao comentar, segundo Jenkins, que a indústria da informática está convergindo com a indústria de televisão no mesmo sentido em que o automóvel convergiu com o cavalo. “Para Gilder, o computador não tinha vindo para transformar a cultura de massa, mas para destruí-la” (JENKINS, 2008, p. 32).

A tão propalada revolução digital, no entanto, não se confirmou da forma anunciada pelos profetas tecnológicos, cedendo lugar para a convergência de mídias, que surgiu como um importante ponto de referência:

Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. O paradigma da revolução digital alegava que os novos meios de comunicação digital mudariam tudo. Após o estouro da bolha pontocom, 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. A convergência é, nesse sentido, um conceito antigo assumindo novos significados (JENKINS, 2008, p.32-33).

A questão da absorção de uma tecnologia de comunicação por outra mais nova também é tratada por Santaella (2003, p. 78), a qual destaca que, até o momento, isso não se concretizou.

Embora Kerckhove (1997a: 220) tenha razão quando afirma que, quando uma nova tecnologia de comunicação é introduzida, lança uma guerra não declarada à cultura existente, pelo menos até agora, nenhuma era cultural desapareceu com o surgimento de outra. Ela sofre reajustamentos no papel social que desempenha, mas continua presente. Não se trata, portanto, da passagem de um estado de coisas a outro, mas muito mais de complexificação, do imbricamento de uma cultura na outra, uma “multiplexidade”, para usarmos a expressão de Poster (1995:21), de diferentes princípios em um mesmo espaço social (SANTAELLA, 2003, p. 78).

Em boa medida, segundo os autores acima, a convergência é uma reação ante a situação convulsa que atravessa a indústria da informação há mais de uma década, quando se leva em consideração a franca redução da audiência dos suportes tradicionais, principalmente a mídia impressa. Ao mesmo tempo, os hábitos dos cidadãos têm mudado, a internet ganha preferência e já ultrapassa os meios impressos como fonte de notícia.

A “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015”, realizada pelo Ibope a pedido da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, aponta que a internet vem se consolidando como meio consultado pelos brasileiros em busca de informação, perdendo para a TV aberta (95% dos entrevistados afirmam ver TV) e o rádio (com 55%, é o segundo meio de comunicação mais utilizado). O estudo ouviu 18 mil pessoas, tendo como objetivo principal compreender como os cidadãos do país se informam e consomem as diversas mídias. Praticamente a metade dos brasileiros usa a internet (48%), e os usuários das novas mídias ficam conectados, em média, 4h59 por dia durante a semana e 4h24 nos finais de semana. Em relação à mídia impressa, a pesquisa apontou que 21% dos brasileiros leem jornais ao menos uma vez por semana.

Outros estudos, mas com foco em públicos segmentados, também reforçam o aumento da preferência pela mídia online. É o caso de levantamento realizado na Câmara dos Deputados pelo Instituto FSB Pesquisa: a internet foi o meio que mais cresceu como fonte de informação entre os

deputados federais nos últimos sete anos. Em 2008, portais, sites e blogs eram citados por 13% dos parlamentares entrevistados. Já em 2014, houve um grande salto: 41% diziam usar a internet como principal fonte de informação, atrás somente dos jornais, mencionados por 46%.

Os públicos se atomizam, as pessoas ficam por dentro das novidades através de dispositivos móveis e consomem mais informação, porém, durante menos tempo. As receitas com publicidade decrescem, enquanto que se incrementa a concorrência para mantê-la. O atual contexto de crise situa em um delicado equilíbrio as contas de resultados, especialmente nos meios digitais, que, com poucas exceções, não são rentáveis (MICO, MASIP, BARBOSA, 2009, p.3).

É nesse cenário que as empresas de mídia buscam a convergência. Para Saad (2012), o termo convergência tem sido utilizado exaustiva e diversificadamente em toda a literatura que envolve o *status* das mídias contemporâneas e também no relato dos casos reais de transformação de alguns veículos.

Convergência, quando relacionada às mídias digitais, 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 TIC's (sic), aos modelos de negócios, em oposição a visões fragmentadas, entre muitas possibilidades. O que temos, na prática, é o uso do termo em múltiplos contextos e, algumas vezes, com definições ambíguas (SAAD, 2012, p. 168).

Saad (2012, p. 168) cita estudo de Lawson-Borders, da Kent University, o qual apresenta múltiplas definições e usos do termo convergência exclusivamente em ambientes midiáticos: “É distribuição de conteúdos multimídia por meio do uso de computadores e da internet”. Com base nessa definição, tem-se que os computadores e a rede são as fontes agregadoras de conteúdos gerados por diferentes meios – a exemplo do rádio, da TV e dos meios impressos – e distribuídos em diferentes plataformas como conexões sem fio, cabos e satélites. Desse modo, computadores e internet são os elementos determinantes, ou o espaço de configuração da convergência.

A digitalização é apontada como a “grande revolução” recente na indústria da comunicação, em especial quando se trata de convergência de mídias. Segundo Jenkins (2008, p. 38), “a digitalização estabeleceu as condições para a convergência; os conglomerados corporativos criaram seu imperativo”. Müller (2012, p. 156) conceitua a digitalização como a transformação de todo tipo de informação em linguagem binária intrinsecamente distinta seja qual for a natureza do conteúdo digitalizado. Para o autor, esse fenômeno teria sido a razão da

virtual simultaneidade das inovações tecnológicas que, posteriormente, dariam lugar ao processo conhecido como convergência (por propiciar a integração da computação, das telecomunicações e da produção de conteúdos – inclusive jornalísticos).

Em sentido estrito, ainda segundo Müller, a digitalização se tornou operacional com os primeiros computadores, ainda na primeira metade do século XX. A difusão para segmentos cada vez mais amplos da sociedade, no entanto, só ocorreria de forma mais intensiva a partir da década de 1960, principalmente na produção industrial. Em relação à indústria de jornais, o uso da informática ocorreu também na década citada anteriormente. Primeiro nas atividades gerenciais e de apoio e de pré-impressão, chegando à produção jornalística, propriamente, cerca de dez anos depois.

Antes da digitalização, conforme Santaella (2003, p. 83), os suportes eram incompatíveis: papel para o texto; película química para a fotografia ou filme; fita magnética para o som ou vídeo. Hoje, a transmissão da informação digital é independente do meio de transporte: fio do telefone, onda de rádio, satélite de televisão, cabo.

Os maiores méritos da digitalização estão na compressão de dados e na correção de erros. A compressão informática e digital baseia-se no fato de que um sinal contém um grande número de informações inúteis ou redundantes. Pela observação dos bits no tempo, no espaço ou em ambos, pode-se remover as repetições, comprimindo desse modo a forma básica do som e da imagem, inclusive comprimindo e descomprimindo, codificando e decodificando mensagens em vídeo. Essa mistura de áudio, vídeo e dados é chamada multimídia. Esta se refere, portanto, ao tratamento digital de todas as informações (som, imagem, texto e programas informáticos) como mesma linguagem universal, uma espécie de “esperanto das máquinas” (SANTAELLA, 2003, p. 83).

Müller registra que, a partir da década de 1990, após o surgimento da internet, no que diz respeito à comunicação social, a convergência digital deixou de ser apenas entre informática, telecomunicações e conteúdos, tornando-se também uma convergência de mídias. Citando Cortada (2006), o autor explica que essa mudança implicava uma concorrência não mais apenas entre empresas do mesmo segmento de mídias, atuando nos mesmos mercados, mas uma concorrência intermídias e cada vez mais diretamente entre as que atuam em qualquer dos três vértices da convergência. Em consequência, empresas originalmente de telecomunicações e de informática passaram a atuar no ramo de conteúdos.

1.1 Dimensões da convergência jornalística

Considerada como uma palavra polissêmica, convergência pode ser usada para descrever várias tendências em jornalismo na contemporaneidade. Na última década, o desenvolvimento da internet como uma nova mídia, a digitalização, a concentração empresarial e a queda de circulação dos meios de comunicação tradicionais persuadiram tanto acadêmicos quanto profissionais de que a convergência poderia ser a salvação do jornalismo no século XXI, porém, não existe uma solução única (DOMINGO et al , 2007).

Segundo Erdal (2007, p. 148), os primeiros estudos que associam convergência ao jornalismo datam da década de 1990 e tratam das modificações nas rotinas profissionais em função do advento de tecnologias digitais. O autor adota o termo *cross-media journalism* para conceituar a convergência jornalística, enfatizando o relacionamento entre diferentes plataformas. De forma geral, explica Erdal, a expressão descreve a comunicação ou a produção onde duas ou mais plataformas de mídia estão envolvidas de uma forma integrada. Na essência, ocorre quando as plataformas de mídia “*talk to each other*”; ou seja, as diferentes plataformas dialogam para o aumento da produção de notícias, com implicações na rotina diária das equipes que trabalham de forma convergente.

Tal perspectiva tem na convergência tecnológica e na digitalização os seus pontos de partida. Sob esse enfoque, pesquisas diversas foram desenvolvidas, como as que se detiveram na informatização e na digitalização das redações e de etapas específicas (reportagem, fotografia, diagramação, edição de áudio e de vídeo) e na relação entre versões analógicas e online de produtos jornalísticos – chamada por Erdal (2007) de convergência retórica (SOUZA, 2009, p. 41).

O enfoque empresarial da convergência, especialmente nas organizações jornalísticas, considera o fenômeno como uma estratégia de negócios. “Sob o enfoque corporativo, convergência significa fusão de empresas de um mesmo grupo, cooperação de operação entre empresas e diversificação midiática a partir da introdução de negócios na ambiência digital, como a criação de portais, sites e blogs” (SOUZA, 2009, p.41).

Os modelos e definições sobre convergência jornalística oriundos do mundo corporativo – como a reconfiguração das redações e dos processos de produção - para Micó, Masip e Barbosa (2009), têm pouco a ver com as conceituações universitárias, geralmente mais amplas.

Entre os anos de 2006 e 2009, um grupo de pesquisadores de 12 universidades espanholas desenvolveu o projeto *Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. A pesquisa procurou traçar um panorama geral sobre o estado da convergência em veículos de quatro grupos espanhóis de mídia. Até então, boa parte dos estudos explorava o fenômeno da convergência em veículos isolados. “A maioria dos estudos analisa o fenômeno da convergência que ocorre nas redações dos média ou fenômenos relacionados com o perfil profissional dos jornalistas que lá trabalham” (BASTOS et al, 2012).

O estudo desenvolvido pelo grupo de teóricos da Espanha sugere seis áreas de abrangência de convergência jornalística: Tecnologias (infraestrutura técnica); Empresarial (grupos nacionais e internacionais em seus processos de alianças e fusões); Profissionais (redações unificadas ou independentes que trabalham em sistema de cooperação na produção de conteúdos para distintas plataformas); Editorial/Conteúdos (mistura de gêneros jornalísticos e a linguagem multimídia para a elaboração de novos formatos da notícia); Meios (com suas linguagens e características específicas); e Audiência - participação do público via canais de interatividade (BARBOSA, 2009).

García Avilés, Salaverría e Masip (2008), apresentaram uma proposta de conceituação para a convergência jornalística, após analisarem estudos de diversos autores. Eles consideram que essa modalidade de convergência tem grandes implicações não apenas para questões de estratégias de negócios e mudanças tecnológicas nas empresas, mas também para o desenvolvimento e a distribuição de conteúdos em multiplataformas, o que implica em alterações no perfil profissional dos jornalistas:

La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (GARCÍA AVILÉS; SALAVERRÍA; MASIP, 2008 , p.13)¹

¹ Em tradução livre: A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta os meios de comunicação em âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial, 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.

Antes desse trabalho coletivo, Salaverría (2003), já havia apontado que a convergência jornalística deve ser compreendida em quatro dimensões: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa, e dentro desta última, a produção de conteúdo multimídia:

– **Dimensão empresarial** – trata da apropriação da internet pelos meios como nova plataforma de divulgação e as estruturas organizacionais decorrentes disso, como aquisições, fusões, novas empresas e sinergias e entre grupos – sejam multinacionais, nacionais, regionais ou locais;

– **Dimensão tecnológica** – temos tudo o que se refere à infraestrutura técnica (computadores, servidores, câmeras, gravadores, softwares inteligentes e sistemas de gestão de conteúdo – para garantir a produção (redação integrada), a difusão *crossmedia* e a recepção. Conforme Salaverría, nessa dimensão ocorre a reconfiguração das rotinas e técnicas jornalísticas em decorrência da adoção de novas tecnologias, acarretando novos modos de produzir e distribuir a informação;

– **Dimensão profissional** – há mudanças profundas no trabalho dos jornalistas, em decorrência das reestruturações empresariais e tecnológicas, com a exigência de novos saberes e multifunções. Nesse contexto, temos: produção integrada, jornalistas polivalentes e distribuição multiplataforma. A convergência dá-se quando, em uma redação unificada, ou em redações independentes de distintos meios trabalhando em cooperação, elaboram-se conteúdos e produtos para mais de um meio, adaptados de acordo com as linguagens específicas de cada um e se realiza a distribuição para distintas plataformas. O autor propõe três variantes para a polivalência: a funcional, a temática e a mediática. A primeira é considerada sinônimo de “multitarefa” – ocorre a multiplicação de tarefas práticas desempenhadas por jornalistas, tanto dentro como fora das redações. A segunda variante trata da prática de um jornalismo afastado de especializações por áreas. O profissional é obrigado a abordar qualquer assunto em função da atualidade informativa (jornalista universal). O terceiro caso remete a uma forma de pluriemprego, que consiste em trabalhar como jornalista para várias mídias ao mesmo tempo, subentendendo-se que os veículos pertencem a um mesmo grupo de comunicação (BASTOS et al, 2012).

– **Dimensão comunicativa**, na qual surgem novas possibilidades de linguagens para o jornalismo, com formatos específicos para o ambiente digital e a configuração multimídia.

O modelo proposto por Salaverría alinha-se com os pressupostos apontados por Domingo et al (2007). Os autores propõem que a análise da convergência ocorre em quatro dimensões: produção integrada, jornalista polivalente, distribuição multiplataforma e audiência ativa.

Na dimensão de **produção integrada**, os sinais mais relevantes da convergência são a reorganização das redações (o que leva à redefinição de papéis profissionais), a inovação tecnológica e o desenvolvimento de novos formatos de comunicação e linguagens.

Na dimensão **jornalista polivalente**, ocorre a redefinição de papéis profissionais (como citado na dimensão anterior) e de competências de repórteres e editores. O jornalista polivalente perfeito, segundo registro de Domingo et al, seria confiável para produzir notícias para qualquer meio tecnológico, utilizando qualquer ferramenta. Numa formatação proposta por González e Micó (2008), a polivalência jornalística pode ser dividida em três tipos: a) Polivalência mediática, quando os profissionais produzem conteúdos para diversos veículos; b) Polivalência tecnológica, quando os profissionais são responsáveis por desenvolver a maioria das tarefas de produção; c) Polivalência temática, quando os jornalistas redigem notícias relacionadas com áreas temáticas distintas.

O rol de dimensões da convergência prossegue com a **distribuição multiplataforma**. A distribuição de conteúdo por diferentes plataformas – conforme os autores – é a dimensão que mais se desenvolveu nas empresas nos últimos anos, ampliando o leque de possibilidades para que o público tenha acesso ao conteúdo produzido. O processo foi facilitado pela digitalização, e a existência de um banco de dados em base digital se torna essencial para a melhor distribuição do material produzido.

Por fim, temos a dimensão denominada de **audiência ativa**, na qual se destaca a relação dos veículos com seu público. Atualmente, a audiência tem uma participação ativa, exige informação atualizada de forma permanente e também produz seu próprio conteúdo. Nessa dimensão em especial, o modelo proposto por Domingo et al cria interface com o conceito de “cultura participativa”, proposto por Jenkins (2008), destacando-se a mentalidade como os novos consumidores de conteúdos noticiosos – em particular as gerações mais jovens – encaram o processo de produção de conteúdo mediático, interagindo de forma mais presente com os veículos de comunicação.

Para Domingo et al, qualquer uma das dimensões de convergência citadas anteriormente podem ser desenvolvidas nos meios de comunicação por conta própria, mas, na maioria dos

casos, fazem parte do mesmo projeto de convergência. Segundo os autores, a convergência não é um fenômeno linear, mas um processo e que ocorre por etapas, inclusive que podem ter falhas. Como o modelo proposto possui quatro dimensões, elas podem ocorrer de modo distinto, o que faz da convergência um processo aberto.

We consider that every single project has its own contextual factors that shape the development of convergence dimensions and produce positive and/or negative outcomes in the process. Corporate and technological convergence play a transversal role in the evolution of each of the four dimensions (Salaverría, 2003). Nevertheless, we want to avoid oversimplifying the analysis: journalistic convergence should not be regarded as just an “effect” (Dupagne and Garrison, 2006) of corporate or technological trends. Technical innovation is always based on professional and economic decisions (Boczkowski, 2004) and journalists adapt new tools to their own expectations, skills and routines. Therefore, journalistic convergence must be discussed not as technology-driven process, but as a process that uses technological innovation to achieve specific goals in specific settings (Boczkowski, 2004b; Domingo, 2006), and that is why each convergence project can have a different outcome (DOMINGO et al, 2007, p.3).²

Gordon (2003) também definiu um espectro de convergência para as organizações de mídia, o qual possui vários elos com as dimensões da convergência apresentadas por Salaverría (2003) e Domingo et al (2007). De modo geral, o autor compreende o fenômeno em duas etapas: convergência de tecnologias e convergência organizacional.

Na primeira fase, a convergência de tecnologias ocorre quando há um sistema para criação, distribuição e consumo de conteúdos. Na segunda etapa, os processos de sinergia são percebidos em relação a: propriedade (fusões, aquisições, monopólios multimídia etc); aspectos táticos (parcerias, mercados, provimentos de conteúdos; estrutura organizacional, formato das redações e treinamento de pessoal); processo de captação de informações; e processos de apresentação dos conteúdos (narrativas multimídia). Gordon ressalta o avanço da convergência

² Em tradução livre: Compreendemos que cada projeto tem seus próprios fatores contextuais que moldam o desenvolvimento das dimensões de convergência e podem produzir resultados positivos e/ou negativos no processo. A convergência corporativa e tecnológica assume um papel transversal na evolução de cada uma das quatro dimensões (Salaverría, 2003). Não obstante, queremos evitar uma extra-simplificação da análise: a convergência jornalística não deve ser relegada a apenas um “efeito” (Dupagne and Garrison, 2006) das tendências corporativas ou tecnológicas. A inovação técnica é sempre baseada em decisões profissionais ou econômicas. (Boczkowski, 2004) e os jornalistas adaptam as novas ferramentas às suas próprias expectativas, habilidades e rotinas. Portanto, a convergência jornalística deve ser discutida não como um processo impulsionado pela tecnologia, mas como um processo que usa a inovação tecnológica para alcançar objetivos específicos em contextos específicos (Boczkowski, 2004b; Domingo, 2006), e é por isso que cada projeto de convergência pode ter um resultado diferente (DOMINGO et al, 2007, p.3)

tecnológica nas empresas, destacando também a circulação da informação por múltiplos canais. Segundo autor, a convergência nos grupos de mídia se intensificou a partir de 2002, quando também começaram a ser percebidas algumas mudanças nas empresas. Dentre as quais, estão a criação de novas funções nas empresas de informação e as alterações nas rotinas produtivas, com a implementação nas redações de formas diferentes de se fazer o trabalho. Apesar de a convergência tecnológica ser mandatória para o processo, fica evidente que as fases que envolvem produção intelectual e transformação das habilidades profissionais exigem também mudanças na cultura da empresa e investimentos no desenvolvimento da equipe.

Em Salaverría e Negredo (2008), apud Belochio (2014), identificamos três possibilidades de convergência jornalística. Em uma “escala midiática”, conforme os autores, o modelo comporta a convergência a dois, a três e a quatro:

- **Convergência a dois** – é marcada pela união do impresso com web. Esse é o tipo mais comum de convergência, que parte do papel;
- **Convergência a três** – é a união do impresso, TV e web. Nesse caso, as plataformas “convergem” em formatos jornalísticos textuais, audiovisuais e interativos;
- **Convergência a quatro** – configura a forma mais complexa de convergência, ao reunir impresso, web, TV e rádio.

Em Dailey, Demo e Spillman (2005), temos um modelo dinâmico de convergência, como um processo contínuo (*convergence continuum*), com várias modalidades de interação, culminando na integração plena, as quais podem ser desenvolvidas por pequenos ou grandes grupos da indústria da informação. No modelo, cada posição é caracterizada por uma série de comportamentos que podem se sobrepor à medida que os graus de interação e atividades de cooperação aumentam:

Their placement on a continuum provides the flexibility researchers need to identify and measure the varying degrees of cooperation and interaction demonstrated by each organization's staff members as they work with their partners to develop and promote news stories. Five circles on the continuum illustrate that each position is characterized by a range of behaviors that can overlap as the degree of interaction and cooperation activities increases. The arrows on the continuum show that a partner's place on the model is not fixed; it can move back and forth depending on the nature of the news and the commitment to convergence by workers and managers. For example, partners might demonstrate a greater degree of interaction and cooperation on a special project – such as election coverage – but exhibit lesser degrees of interaction and cooperation during

interaction and cooperation during the average news day (DAILEY; DEMO; SPILLMAN; 2003, p. 4)³

No modelo proposto pelos autores (Figura 1), são apresentados (em inglês) os 5Cs da Convergência, *Cross Promotion*, *Cloning*, *Coopetition*, *Content Sharing* e *Full Convergence*, os quais serão detalhados a seguir:

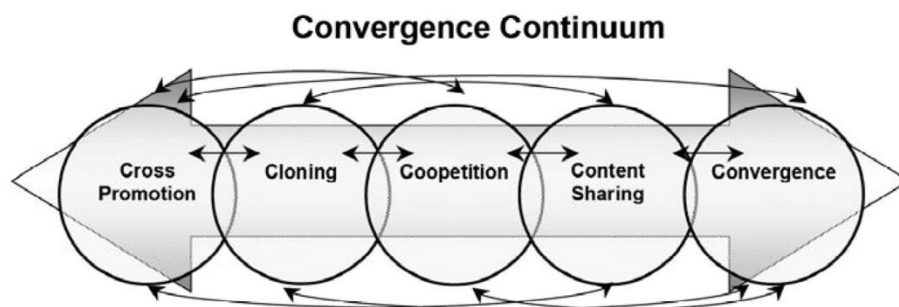


FIGURA 1 – Modelo dinâmico da convergência. Fonte: Dailey, Demo e Spillman (2005)

– **Promoção cruzada** (*Cross Promotion*) – É uma das modalidades mais simples de cooperação entre redações. Trata-se do uso de palavras ou elementos visuais para divulgar conteúdos produzidos por outros meios, que pertencem ao mesmo grupo de comunicação. Essa forma de cooperação, que é muito frequente, não implica na criação de conteúdos novos. Um exemplo ocorre quando se convida o leitor de um jornal – habitualmente, no pé de uma notícia – a ampliar a informação oferecida na web do meio (muito comum em O Globo e Folha de S.Paulo); ou quando, no transcurso de um noticiário de televisão ou rádio, recomenda-se aos telespectadores ou ouvintes os conteúdos de um jornal impresso. Outra possibilidade é a complementação - os telejornais da Rede Globo, por exemplo, recomendam ao telespectador consultar a página do telejornal na web para ampliar a informação sobre um acontecimento,

³ Em tradução livre: A colocação (dos níveis) em um 'continuum' oferece a flexibilidade que os pesquisadores precisam para identificar e medir os diferentes graus de cooperação e interação demonstrados pelos funcionários de cada organização ao trabalharem com seus parceiros para desenvolver e promover histórias. Os cinco círculos no 'continuum' ilustram que cada posição é caracterizada por uma série de comportamentos que podem se sobrepor ao passo que os graus de interação e atividades de cooperação aumentam. As setas mostram que o lugar de um parceiro no modelo não é fixo; pode mover-se para frente e para trás, dependendo da natureza da notícia e do compromisso com a convergência por parte dos funcionários e gestores. Por exemplo, os parceiros podem demonstrar um maior grau de interação e cooperação em um projeto especial - como a cobertura das eleições - mas apresentam menor grau de interação e cooperação no dia a dia.

participar de chats com especialistas, consultar listas, documentos etc. O uso do QR-Code⁴ nos jornais impressos é outro modo de promoção cruzada e que também já é comum em alguns veículos brasileiros.

– **Clonagem de conteúdos** (*Cloning*) – Copiar o material produzido por um meio e reproduzi-lo em outro está entre as modalidades mais simples de convergência. Em geral, o principal beneficiário costuma ser o ciberjornal, que se apropria de conteúdos gerados por outros suportes do mesmo grupo, normalmente impressos ou audiovisuais, mas o contrário também ocorre (o conteúdo de um site/portal ser utilizado para alimentar as páginas do impresso). Foi com base nessa receita que nasceram as primeiras edições digitais dos jornais e esse fenômeno também foi adotado no Brasil. Atualmente, no entanto, a seleção de informações está mais aprimorada e também se procura reciclar peças multimídia geradas por outras redações. Neste nível, como no anterior, se reproduzem notícias já existentes, sem nenhum tratamento diferenciado do produto que será levado à audiência. Outro modelo de clonagem de conteúdos é o desenvolvimento da edição do jornal no formato *e-paper* (muitas vezes disponível para computador, tablete e smartphone). Exemplo diferente foi colocado em prática pela RAC1. Um de seus principais programas, a revista matinal ‘El Món a RAC1’ inclui pílulas de opinião (produzida por jornalistas dos meios impressos nos quais o grupo tem participação) que depois ficam à disposição da audiência na web do programa, tanto em formato sonoro (*podcasting* e rádio *a la carte*) como textual, com a transcrição da peça.

No Brasil, segundo Micó, Masip e Barbosa (2009, p. 5), a clonagem de conteúdos de um mesmo grupo nos ciberjornais está entre os procedimentos mais utilizados e ocorre, muitas vezes, sem nenhuma adaptação. Os autores citam como exceção alguns meios de referência como o *Estado de São Paulo* (www.estadao.com.br) e *O Globo* (www.oglobo.com.br), que oferecem conteúdos de outros meios trabalhados de maneira hipertextual e com opções de interatividade, além de recursos multimídia agregados. Outro exemplo é o portal G1 (www.g1.com.br) onde se publicam os conteúdos produzidos por várias redações dos meios da marca Globo, principalmente os vídeos dos telejornais da *TV Globo*, da TV a cabo *GloboNews* e da *Rádio CBN*, entre outros.

⁴ QR-Code (abreviação de Quick Response Code) é uma matriz ou código de barras 2D (bidimensional), criado em 1994, que permite ao leitor complementar a informação com os conteúdos produzidos por outros canais do grupo (galerias de fotos, áudios, vídeos, enquetes ou textos), os quais podem ser visualizados por meio de dispositivos móveis. O QR-Code cria números de identificação e armazena textos e URLs para nos levar até a rede.

– **“Coopetição”** (*Coopetition*) – Esta fase se encontra no centro do modelo proposto por Dailey, Demo e Spillman. Como o próprio nome sugere, ocorre quando os veículos ou agências de notícias tanto competem entre si como colaboram. Nesse nível, os membros da equipe de meios de comunicação independentes promovem e compartilham informações sobre algumas histórias em que estão trabalhando. Os meios cooperam para compartilhar informação ou outros aspectos do negócio ainda que continuem competindo ou produzindo materiais originais próprios. Um repórter de jornal pode aparecer como comentarista ou especialista para televisão no telejornal da emissora para discutir uma questão atual, mas as duas equipes têm o cuidado de não divulgar qualquer informação que possa ser exclusiva para os seus produtos específicos. Em muitos casos, as empresas ainda não aderiram ao modelo de convergência ampla e aproveitam algumas ocasiões especiais (como eleições, olimpíadas, desastres naturais, grandes acidentes), para desenvolver alguns projetos de convergência moderada: colaboração de jornalistas de diferentes meios, cobertura para duas plataformas (ou mais) por parte de um só editor etc. Micó, Masip e Barbosa (2009) citam o exemplo do canal 8TV que desenvolveu uma experiência interessante. A cadeia televisiva do Grupo Godó convidava para o informativo da noite editores dos jornais do grupo (*La Vanguardia e Mundo Deportivo*) para que dessem sua visão sobre uma das notícias relevantes do dia, que seria desenvolvido na edição do impresso do dia seguinte. Para os autores, esse é um modelo mais evoluído que a promoção cruzada, uma vez que o redator convidado elabora uma peça para um meio que não é seu. Como exemplo de “coopetição” no Brasil, os autores citam a parceria ou o acordo de cooperação entre *A Tarde* e a *TV Bandeirantes* (Grupo Bandeirantes) para que o *Portal A Tarde on Line* (www.atarde.com.br) utilize o material informativo gerado pela TV Band, bem como entre o *Grupo A Tarde* e a *TVE-Bahia* (televisão educativa) para a cobertura de eventos específicos, como o Carnaval. Outro exemplo de “coopetição” foi o acordo firmado entre os grupos *Folha* e *Estado*, em 2001, para a formação de uma empresa encarregada da distribuição conjunta dos jornais produzidos por ambos, representando um reordenamento no nível de concorrência (MORETZSOHN, 2002, p. 139).

– **Distribuição multiplataforma** (*Content Sharing*) – Com a nova filosofia digital, as gestões, práticas e rotinas comuns entre jornais impressos, televisão, rádio e internet aumentam consideravelmente e já se fala claramente de integração (de redações ou de centros de trabalho). Esse novo sistema facilita a prática do *crossmedia* (também chamado de *content sharing*), que é o compartilhamento de conteúdo por meio de diversas plataformas; um cruzamento no qual o

trabalho feito para cada uma delas repercute positivamente na oferta do restante. A ideia central aqui é compartilhar informações e meios e coordenar a publicação do produto. Nesse modelo, as vantagens são múltiplas: compartilham-se recursos, reduzem-se gastos, diminui o tempo de elaboração de informações e melhora a rentabilidade, pois os jornalistas podem dedicar o tempo a outras tarefas. Também permite transferir a audiência (e os anunciantes) entre meios, fortalecer a marca e gerar receita extra (por exemplo, com novos serviços por assinatura). Há também o uso de marcas idênticas: *O Estado de S. Paulo* e www.estadao.com.br; *A Gazeta* e www.gazetaonline.com.br; *O Globo* e www.oglobo.com.br; *Jornal da Paraíba* e www.jornaldaparaiba.com.br etc. Nessa etapa, além do compartilhamento de notícias, Dailey, Demo e Spillman também incluem a possibilidade de se compartilhar orçamentos e de participar de sessões de planejamento de outro parceiro.

Cada vez mais comum Brasil afora, a distribuição multiplataforma, tanto nos grandes meios como nos mais modestos, também gera desconforto entre os profissionais envolvidos. Alguns jornalistas temem - e outros já apontam - repercussões negativas em suas produções laborais e no trabalho e outros relacionam o ceticismo com esse modelo às diferenças de cultura profissional entre rádio, televisão e jornal.

– **Convergência** (*Full Convergence*) – É a fase em que todos os parceiros cooperam para apuração e divulgação de notícias (localiza-se na extremidade direita do modelo). Aqui, o objetivo comum é usar o ponto forte dos diferentes meios de comunicação para narrar uma história da maneira mais eficaz possível. Sob convergência total, a equipe dos diferentes veículos parceiros trabalham em conjunto para planejar, informar e produzir uma história. A integração de redações é percebida majoritariamente como a forma que mais se associa à concepção de convergência. Esta visão, porém, é bastante reducionista, visto que a fusão de centros de trabalho nem sempre é a melhor alternativa (MICÓ, MASIP, BARBOSA, 2009). Antes de chegar ao grau máximo de coordenação de redações (quando dois espaços inicialmente independentes acabam se unindo em todos os aspectos), há diversos níveis de convergência, que passam por escalas diversas de colaboração, como quando existem redações independentes, mas coordenadas mediante uma “mesa multimídia”, por exemplo, com representantes de cada meio.

A compreensão das características da convergência nos remete à delimitação evolutiva do jornalismo digital. Mielniczuk (2003) aponta que, em meados da década de 1990, com o

desenvolvimento da web⁵, as tecnologias que envolvem a internet se tornam acessíveis tanto econômica quanto tecnicamente para a sociedade em geral. Isso também tem reflexos na comunicação, com a utilização desse ambiente para usos jornalísticos, principalmente com as versões digitais de jornais no suporte papel que se tornam mais visíveis para o público leigo.

Porém, antes do surgimento da web, a internet já era utilizada para a disseminação de informações jornalísticas. Na maioria dos casos, os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de *e-mails*. Havia também boletins disponibilizados através do Gopher ou de recursos semelhantes, que apresentavam somente informação em texto escrito e organizado de maneira hierárquica (MIELNICZUK, 2003, p. 20).

Avaliando que o jornalismo na *web* é um fenômeno ainda em constituição, Mielniczuk (2003, p. 29) apresenta três momentos da trajetória dos produtos jornalísticos para esse ambiente. Tais fases, segundo a autora, não são estanques no tempo, tampouco excludentes entre si. Ou seja, em um mesmo período de tempo é possível encontrar publicações jornalísticas para a *web* que se encontram em diferentes gerações. Também em uma mesma publicação pode-se encontrar aspectos que remetam a estágios distintos:

– **Produtos de primeira geração ou fase da transposição** – produtos oferecidos eram reprodução de parte dos jornais impressos, que passavam a ocupar espaço na internet. Calcados na transposição de conteúdo, o material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso;

– **Produtos de segunda geração ou fase da metáfora** – surge no final da década de 1990. Mesmo atrelado ao jornal impresso, agrega características e potencialidades próprias da *web*, explorando características oferecidas pela rede, como *links* para seção “Últimas notícias”;

– **Produtos de terceira geração ou fase do webjornalismo** – a internet se populariza e as empresas começam a investir em iniciativas dedicadas exclusivamente a esse suporte. Nos produtos jornalísticos dessa etapa, é possível observar tentativas de explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela *web* para fins jornalísticos, como ferramentas de *flash*, enquetes e fóruns de discussão, sons e animação que enriquecem a narrativa jornalística.

A esse espectro, Barbosa (2009) acrescenta um quarto estágio de desenvolvimento para a modalidade do jornalismo digital. Esta fase ou geração emerge tendo como um dos elementos

⁵ Abreviatura de World Wide Web, web define um sistema de informação e de comunicação utilizado na internet, o qual permite a transmissão de dados em hipermídia e funciona de acordo com o modelo cliente- servidor.

característicos essenciais justamente as bases de dados (BDs), tema sobre o qual discorreremos mais adiante.

Retomando a discussão sobre convergência jornalística, temos que alguns autores consideram o tema como equivalente à integração de redações. Segundo Saad (2012), destacam-se nesse grupo os trabalhos do *World Editors Forum – WEF* (o Fórum Mundial de Editores), da consultoria *Innovation International Media Consulting Group*, do blog inglês *Online Journalism Blog*, o modelo da *Ifra/Newsplex* e o projeto de uma das maiores agências noticiosas mundiais, a *Associated Press*.

Numa definição resumida adotada pelo WEF, integração refere-se à combinação das atividades de redações de meios impressos e meios online numa única unidade de trabalho. Para que o processo seja bem-sucedido, o fórum recomenda alguns princípios aplicáveis a qualquer empresa informativa: ritmo de transição adequado à cultura da empresa; reinvenção do processo de produção da informação; postura propositiva a experimentações, tentativas e erros; definição de recompensas financeiras para os jornalistas envolvidos; e manutenção da qualidade jornalística. De modo geral, tais princípios devem ser aplicados por meio de um processo contínuo de experimentação-organização-treinamento.

Já a proposta do *Innovation* leva em consideração, em primeira instância, a cultura da empresa informativa como determinante para a integração das redações, sendo possível uma integração de redações separadas, com mais ou menos sinergia entre elas, ainda que o formato ideal, para alguns especialistas, seja a redação multimídia totalmente integrada (SAAD, 2012, p. 173).

A busca por redações integradas surge, assim, como uma tentativa de economizar custos na produção do conteúdo jornalístico, experiência adotada em jornais internacionais, como o argentino *Clarín.com*, em Buenos Aires, o jornal estadunidense *The New York Times* e o grupo inglês *Guardian*. Algumas tentativas também já existem em diversos veículos brasileiros, a exemplo de *O Globo*, *Extra*, *Folha de São Paulo*, *Zero Hora*, *Tribuna do Norte* e *Diário de Pernambuco*, dentre outros. Desse modo, o grande foco das atenções das empresas informativas, atualmente, está na convergência dos centros de produção de conteúdo.

Este processo se dá principalmente na integração entre operações de uma mesma empresa de comunicação. Assim, 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).

Para Kanter (2001), apud Meyer (2007), um site de um jornal pode integrar suas atividades às da redação tradicional, sem estar dentro dessa redação ou sob sua cultura. “A integração na verdade é um modelo muito positivo. (...) Integrações não necessariamente significam propriedade ou controle. Significam que se sabe como coordenar e conectar atividades” (MEYER, 2007, p. 231).

Segundo Saad (2012, p. 92), as primeiras concepções de modelos organizacionais para empresas informativas, especificamente no cenário de digitalização das tecnologias de base, surgiram no final da década de 1980. A autora relembra que um grupo de professores da Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra, na Espanha, cunhou os termos “turbina informativa” e “informaduto”, para representar um novo formato organizacional que suportasse as inovações que se prenunciavam.

Na visão do grupo de Navarra, informaduto – à semelhança de aquedutos e oleodutos – representava o conjunto de meios de transporte e distribuição de informações transformadas em *bits* que pudesse entregá-las no formato e no momento adequado aos desejos de cada usuário. Um conjunto composto por jornais, rádios, aparelhos de tevê, computadores, telefone, videotexto, fax, tevê a cabo, transmissões por satélite, ou seja, todas as mídias e suportes existentes à época (SAAD, 2012, p. 92).

O modelo da “turbina informativa” ganhou espaço nas empresas jornalísticas pioneiras, no início da década de 1990, as quais já anteviam a necessidade de mudanças. Cerca de cinco anos depois, esse conceito adquire novas feições e assume o caráter de *multimedia desk* da empresa informativa do século XXI (SAAD, p. 94), conforme relatado por Soria (2001):

(...) O que se busca, e estamos trabalhando nisso junto a empresas mais desenvolvidas, é a reconfiguração da estrutura vertical num novo formato, onde o coração do negócio seja uma redação única para todos – denominada *multimedia desk* – o que não significa que uma única pessoa escreva, fotografe e transmita ao vivo pela tevê. Na realidade, os canais do processo de distribuição da informação são parte do processo final, têm sua importância, mas sem excessos. A informação produzida deve ser distribuída por qualquer meio disponível na empresa, desde que seja o mais conveniente, o mais rápido e o mais barato para o público focado (apud SAAD, 2002, p. 94).

Saad contextualizou que a ideia do *multimedia desk* teve origem no conceito de “turbina informativa”, mas a autora reconhece que não é possível afirmar, com precisão, se sua evolução

desemboca no processo de integração de redações, um fenômeno que começou a se intensificar a partir de 2005, no exterior, alcançando também o Brasil.

A autora detalha alguns pontos do modelo de integração desenvolvido pela *Innovation*: criação de um *superdesk*, que coloque no mesmo espaço todos os editores, visíveis, acessíveis e responsáveis por toda a redação; implantação de um sistema de captação em equipes múltiplas, com repórteres equipados com sistemas móveis de envio de conteúdo, coordenados por editores generalistas; integração completa entre online e off-line, narrando o fato por meio da melhor plataforma, a mais adequada e instantânea; apresentação de ciclos de fechamentos rotativos; miniestúdios de rádio e TV integrados, para complementação e edição dos conteúdos; sistema radial de organização das mesas, com o *superdesk* centralizando o processo; salas de reuniões e descanso; paredes digitais com a exibição em tempo real de websites da própria empresa e da concorrência, sites de relacionamento com alertas sonoros a cada atualização e demais aparatos que indiquem a energia de ação da rede em 24/7 (vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana).

O *Innovation International Media Consulting Group* possui 20 anos de atuação em vários países, inclusive sendo responsável pela implantação de modelos de convergência jornalística em diversas empresas.

Outra filosofia, apresentada pela Ifra/Newsplex, parte da ideia de instrumentalização da produção de conteúdo para que se configure a integração de redação:

A filosofia Newsplex poderia resumir-se numa frase: as empresas informativas estarão bem posicionadas se focarem no conteúdo e não nas plataformas de distribuição. O foco apenas na produção já fez sentido em outros tempos, mas hoje, num ambiente midiático interconectado, no qual os consumidores vão atrás das informações em diversas fontes, as empresas informativas precisam ir atrás de seus consumidores nos locais em que eles estão e com formatos que sejam relevantes e significativos para eles. Parece simples. Produzir matérias, a razão do próprio jornalismo. Mas, essa realidade está bem longe da simplicidade para a maioria das organizações de mídia, que passam por momentos de confusão pela mudança no padrão de consumo da informação, ao mesmo tempo que enfrentam restrições orçamentárias (apud SAAD, 2012, p. 179-180).

De forma prática, a filosofia Newsplex se consolidou com a implementação de uma redação-modelo na Universidade de Columbia, na Carolina do Sul (EUA), em 2002, e em Darmstaad (Alemanha), na sede da própria Ifra, em 2005. Conforme Sadd, essas estruturas têm servido de base para treinamento de profissionais de todo o mundo, vinculados às empresas informativas associadas à Ifra, tanto para a compreensão do funcionamento do processo de uma

redação integrada como para uma espécie de teste-piloto para eventual implementação do modelo em suas empresas.

O modelo de redação integrada da Ifra foi adotado no jornal inglês *The Daily Telegraph*, que se transformou em um cartão de visitas da consultoria.

A estratégia de integração adotada pelo *The Daily Telegraph*, de Londres, foi uma combinação de mudança cultural da equipe editorial, por meio de treinamentos, e mudança física da redação para uma arquitetura que privilegia a integração no mesmo espaço físico e no mesmo fluxo de trabalho. A mudança física implicou na construção de uma nova instalação, com uma redação em formato axial e *superdesk* central e parede multimídia para acompanhamento e controle do *status* da *web* em tempo real. (...) O ponto-chave do processo de integração do *Telegraph*, ainda em execução, está na mudança cultural da organização e no treinamento dos profissionais. A empresa tem muito claro que a mudança física por si só não faz o processo jornalístico operar em modo 2.0. A instrumentalização dos profissionais para uso das novas ferramentas, a preocupação com a construção narrativa nas novas linguagens e a convivência com a inovação constante têm sido a tônica do programa de treinamento (SAAD, 2012, p.181).

Em relação às empresas brasileiras, a Rede Gazeta, de Vitória-ES, adotou o modelo do *Innovation* em janeiro de 2014, ampliando o processo de redação integrada iniciado em 2008, quando todos os veículos passaram a trabalhar no mesmo ambiente. O grupo de comunicação contempla os jornais *A Gazeta* e *Notícia Agora*, portal *Gazeta Online* e rádio *CBN Vitória*. A redação multimídia (Figura 2) sofreu modificações no conceito físico, com o objetivo de melhorar o fluxo e a comunicação internos para facilitar a chegada do conteúdo à audiência, em qualquer plataforma.⁶ A redação da TV Gazeta, afiliada à Rede Globo, por enquanto não está fisicamente integrada à Redação Multimídia, mas já existe um projeto para isso.

Segundo reportagem do *Portal dos Jornalistas*, uma das principais mudanças foi organizar a redação em macroeditorias, com equipes que trabalham para todos os veículos. Além disso, a equipe passou por treinamentos, mas os jornalistas da empresa ainda não estão plenamente aculturados para a produção multimídia: alguns profissionais se adaptaram com facilidade e outros não. Com a consultoria editorial *da Innovation*, houve várias mudanças no grupo, conforme relato, ao portal, do editor-chefe de Jornalismo Impresso e Online da empresa, André Hees de Carvalho:

⁶ Rede Gazeta inaugura redação multimídia. Disponível em <http://www.portaldosjornalistas.com.br/noticias-conteudo.aspx?id=2197>

No modelo anterior havia o que chamamos de convergência paralela: os veículos trabalhavam juntos, em cooperação, mas não efetivamente integrados. Mudamos agora o conceito e a arquitetura física da Redação Integrada Multimídia. As equipes são organizadas em torno de macroeditorias, ou mesões, que produzem os conteúdos, com equipes que trabalham para todos os veículos. Não temos mais a equipe da rádio, a equipe do *site*, a equipe do jornal; temos uma grande equipe produzindo conteúdo para todas as plataformas. Claro que, nela, existem certos profissionais focados na atualização do site e na edição do impresso. Mas os editores-executivos e os macroeditores trabalham para todos os veículos e os repórteres também são designados para atuar aqui ou ali de acordo com a necessidade, respeitando as habilidades de cada um. A redação deixou de ser centrada no impresso.



FIGURA 2 – Redação integrada multimídia da Rede Gazeta-ES

Com a mudança, a Rede Gazeta conta com o trabalho de mais de cem profissionais, produzindo conteúdo para quatro veículos: os jornais *A Gazeta* e *Notícia Agora*; o portal *Gazeta Online*; e a rádio *CBN Vitória*.⁷ O editor-chefe e os editores-executivos ficam no centro da redação em um “mesão”, também chamado de *Super Desk*. Para organizar o fluxo produtivo, a equipe de jornalistas foi dividida em quatro grandes áreas de cobertura, também chamadas de macro-editorias: Cidades (cobre assuntos do cotidiano, como educação, saúde e área policial);

⁷ Redação Integrada Multimídia da Rede Gazeta. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=suqLjpmag0I>

Hardnews (aborda economia, política e noticiário internacional; *Viver* (inclui temas de cultura, bem-estar, educação dos filhos, sexo, vida dos famosos, novidades da TV e gastronomia); e *Esportes* (como o próprio nome sugere, trata de todos os assuntos do mundo esportivo).

A redação integrada da Rede Gazeta também contempla uma seção denominada de Radar. Os jornalistas dessa área ficam atentos às informações enviadas pelo público; as notícias chegam por telefone, e-mail, redes sociais e pelo aplicativo WhatsApp. Eles também são responsáveis pela divulgação dos conteúdos dos veículos do grupo nas redes sociais, interagem com o público e ainda têm a função de atualizar, minuto a minuto, o portal Gazeta Online. O projeto de sinergia entre as empresas dispõe ainda de um sistema de *videowall* (série de monitores sobrepostos que formam uma grande tela). A partir desse telão é possível acompanhar a audiência do portal, o ritmo de fechamento das páginas dos jornais impressos e ainda o que se passa na TV do grupo e nos veículos concorrentes.

Em 2008, O *Correio* (Rede Bahia-BA) estreou novo modelo de dinâmicas produtivas, após processo de reformulação total do antigo jornal impresso, o qual também foi conduzido pelo grupo *Innovation*. A partir daí, a redação foi integrada e uma nova web do jornal estreou, com a incorporação de seções multimídia com vídeos, principalmente, e espaço para promover a interação com o público (BARBOSA, 2009).

Maia e Agnez (2011) registraram o processo de integração de redações em dois jornais brasileiros: a *Tribuna do Norte*, jornal de maior circulação no Rio Grande do Norte, e o *Extra-RJ*. Segundo as autoras, as mudanças nos procedimentos necessitam de um tempo para serem naturalizados, pela repetição rotineira, e geram resistência cultural entre os profissionais. No veículo de Natal-RN, as primeiras ações para a criação de um canal multimídia ocorreram de forma experimental em 2008, culminando com a reestruturação do portal em julho de 2009. Na ocasião, o *TN Online* ganhou um novo *layout* e se tornou mais interativo. Tal mudança também alterou o processo produtivo e a rotina diária do jornal impresso.

A direção do veículo reuniu todos os profissionais da redação para apresentar o canal reconfigurado e também alterar as suas condições de trabalho. Todas as equipes de reportagem, incluindo chefes e secretários de redação, editores, repórteres e fotógrafos passaram a ter em suas atividades a produção de conteúdos para o portal na internet (MAIA e AGNEZ, 2011, p. 184).

Ainda segundo Maia e Agnez (2011, p. 184), no caso do jornal *Extra*, a entrada na internet deu-se apenas em 2007. O modelo adotado foi o da redação integrada, com as editorias do jornal impresso encarregadas de produzir material para a versão impressa e digital.

A experiência multimídia começou com testes isolados, que partiram voluntariamente da editoria de “Cidades e Polícia”, com um repórter que foi para as ruas com uma câmera digital amadora e produziu os primeiros vídeos. Os próprios jornalistas testaram vários formatos de arquivos, formas de transmissão pela *web*, programas mais fáceis de edição de imagens etc. O bom resultado dessas iniciativas motivou a direção a investir em novos equipamentos e a estender o projeto multimídia para as demais editorias (MAIA e AGNEZ, 2011, p. 187).

Ao analisar a experiência dos dois jornais, as autoras identificam mudanças não apenas no perfil dos jornalistas, a partir da atuação em redações integradas, mas também na concepção da notícia:

A perspectiva demonstra que o profissional estaria deixando realmente de ser um profissional de um veículo impresso para atingir o tal ideal de um “jornalista multimídia”. Mais do que se tornar um “canivete suíço”, repleto de aparatos tecnológicos, a concepção da notícia está em processo de mutação. Trata-se de olhar para um fato não somente buscando responder o *lead*, mas pensar a narrativa de maneira diversificada, com múltiplas linguagens, o que pode gerar diferentes enfoques e até mesmo novas pautas. Na prática, o processo não é tão simples (MAIA e AGNEZ, 2011, p. 185).

No novo processo de integração de suportes do jornal *Extra*, conforme Agnez (2011), foi criada a figura do “editor de produção”. Na época, as atribuições desse profissional ainda estavam em fase de formatação, segundo a autora, mas já tinha um objetivo principal: organizar o fluxo de produção das notícias para o online e para o impresso. A perspectiva da direção da empresa era que esse profissional tivesse “visão de helicóptero”, capaz de abranger toda a cadeia produtiva.

A criação e oficialização de novas funções, a exemplo do que ocorreu no jornal *Extra*, tem sido comum no processo de integração de redações, principalmente com o perfil de coordenador das atividades. Saad (2012) cita exemplos do *The Washington Post*, *The Hindustan Times* e *The Roanoke Times*.

O *The Washington Post* implantou, em 2013, uma central integrada de captação e distribuição de notícias. Para a condução do trabalho de integração, foi criada a função de *managing desk editor*, um jornalista líder de equipe que exerce atividades tão diversificadas

como planejamento de pauta integrada entre os veículos, avaliação da importância e hierarquização das últimas notícias, planejamento de cobertura em modo web etc.

No jornal indiano *The Hindustan Times*, o processo de alteração nas dinâmicas de produção, com foco na integração de mídias, começou em 2007. Para isso, assumiu o desafio o jornalista Pankaj Paul, com experiência em redações multimídia norte-americanas. A principal função de Pankaj no grupo seria de "facilitador". Já o *The Roanoke Times* – um veículo considerado de médio porte nos Estados Unidos – criou o cargo de *data delivery editor* (um editor com a função de gerenciar o fluxo de dados para potencializar o uso de bases de dados na construção do conteúdo).

O grupo *A Tarde*, da Bahia, iniciou mudanças nas dinâmicas de trabalho, visando à integração em 2006. O processo representou a distribuição de jornalistas do impresso e do online em ilhas editoriais e o estabelecimento de uma grande mesa ou “mesão” no centro da redação, para reunir os editores-coordenadores das áreas de impresso, online, *webtv*, arte e fotografia. O redesenho da redação também contou com a criação da função de coordenador de jornalismo integrado, cujo objetivo era funcionar como elemento de orientação, mediação, estímulo e coordenação das ações de convergência. Dentre as atribuições da função, também estava intermediar o diálogo entre os meios do grupo e unificar algumas etapas do ciclo da produção jornalística.

Para isso, o departamento de Tecnologia da Informação do grupo desenvolveu uma ferramenta que facilitasse a sinergia, suportando as ações de produção integrada e o controle do fluxo informativo: o Good News, um Sistema Centralizado de Produção Integrada, que permitia o cálculo de uma remuneração variável⁸ para cada jornalista com base na produção multimídia que ele tivesse no mês (MICÓ; MASIP; BARBOSA, 2009).

Em 2010, a *Folha de S. Paulo* anunciou a fusão entre as redações da *Folha* e da antiga *Folha Online*: cerca de 60 profissionais que trabalhavam na *Folha Online* passaram a integrar as equipes das áreas correspondentes da *Folha*. Na época, o próprio veículo noticiou, num discurso que Fausto Neto percebe como autorreferencial⁹ (2008), qual era o propósito da integração: “o objetivo é que ambas as plataformas noticiosas passem a conversar de maneira mais ágil e

⁸ Posteriormente, o modelo de remuneração variável foi abandonado pelo grupo *A Tarde*, visto que passou a onerar os custos da empresa a partir do aumento da produção multiplataforma de cada profissional.

⁹ Fausto Neto apresenta como autorreferencial a enunciação em que as empresas falam de si mesmas, privilegiando suas próprias operações e explicitando os fundamentos de seus próprios processos interpretativos.

completa do que já ocorre hoje, ampliando as possibilidades de acesso do leitor a informações e serviços de seu interesse e necessidade”.

Com a integração, o comando editorial da Folha Online ficou subordinado à editoria-executiva da *Folha de S. Paulo*. Os editores dos cadernos do jornal impresso passaram a contar com editores-adjuntos da área digital. Foi criado também o cargo de secretário-assistente da área digital, responsável pela homepage (a página de rosto da Folha Online). Essa integração, chamada de “orgânica” pelo próprio veículo, deu sequência à unificação física das redações, realizada no segundo semestre de 2009, após a reforma do prédio onde fica o jornal.

Em entrevista a Magaly Prado (2011), a jornalista Ana Busch (à época diretora-executiva da *folha.com*) ressalta que o processo implica em mudança de cultura e interesse entre as equipes:

Ou seja, o bom jornalista escreve para o jornal, para internet, para o celular ou para um e-reader. O que tem de mudar é sua capacidade de se colocar no papel de quem lê, entender o que o leitor quer encontrar em cada meio, como vai acessar aquela informação, e saber dar relevância a uma ou outra ferramenta que seja capaz de tornar a experiência de leitura cada vez mais dinâmica, e paradoxalmente, completa. É claro que nada disso se produz por decreto. O entendimento dessas questões simples depende de uma mudança de cultura de produção, de uma contaminação mútua de conhecimento e interesse entre as equipes, que, até então, trabalhavam focadas em seu universo particular (apud PRADO, 2011, p. 45-46).

O caso brasileiro de convergência jornalística mais conhecido internacionalmente, segundo Barbosa (2012), é o do grupo gaúcho Rede Brasil Sul (RBS), justamente por ter integrado, em 2008, relatório do *World Editors Forum*, realizado com 74 editores e executivos sênior de 18 países de todos os continentes. O jornal *Zero Hora* foi o meio escolhido pelo grupo para dar início ao processo de alteração das dinâmicas produtivas, com a fusão das redações do impresso e da edição web.

Ao mesmo tempo que anunciou a integração entre as redações do impresso e do online, em setembro de 2007, o grupo RBS lançou o novo ZeroHora.com que passou a abrigar conteúdos especialmente elaborados para a web, também disponibilizando conteúdos produzidos de modo integrado. Oficialmente, a redação integrada do Zero Hora passou a funcionar em dezembro de 2007 (BARBOSA, 2009, p.4266).

Segundo Seibt (2014), a dinâmica de integração do *Zero Hora*, no entanto, começou realmente em 2012, com um projeto piloto na editoria de Esportes, exigindo mudanças de processos, apuração, produção e edição para diferentes plataformas.

O modelo de atuação independente que vigorava em Zero Hora desde 2007, quando se estruturou a equipe de *zero.com*, gerava, além de um engessamento das equipes “monomídia”, muitas vezes, retrabalho na produção diária de conteúdo. Era comum que um redator do site estivesse cobrindo o mesmo assunto que um repórter do impresso, cada um para sua plataforma, consultando as mesmas fontes. Da mesma forma, era recorrente que um conteúdo da edição impressa fosse retrabalhado posteriormente por uma equipe de produção de vídeo ou infografia, por exemplo, enquanto o conjunto dos conteúdos, em seus diferentes formatos, poderia ter sido planejado como parte de um mesmo fluxo de produção (SEIBT, 2014, p. 57-58).

O modelo de integração implantado pelo *Zero Hora* tem inspiração no caso internacional do *Clarín (Argentina)*. No jornal argentino, as redações que trabalhavam para impresso e online de forma separadas, até 2008, colaboravam apenas de forma pontual, principalmente devido aos problemas impostos pela distância. Um projeto de integração, desenvolvido em seis meses, uniu as duas equipes, baseado em quatro ideias principais: 1. Redação no esquema 24/7 - ou seja, aberta 24 horas por dia, sete dias por semana; 2. Polivalência de funções do jornalista; 3. Incremento da produtividade multiplataforma; e 4. Interatividade contínua (SEIBT, 2014; SALAVERRÍA; Negredo, 2008).

Em 2014, o processo de integração do *Zero Hora* encontrava-se no que a empresa chama de “versão beta”¹⁰. Em sete anos, o jornal gaúcho passou por três fases:

– **Em 2007** – Um grupo de 35 pessoas passou a fazer parte da redação com objetivo de disseminar a cultura digital. Na prática, no entanto, os profissionais do online reproduziam a lógica e o conteúdo do pessoal do impresso, sem se pautar pelo que o público web queria;

– **Em 2012** – Houve a integração das chamadas redação *on* e *off*, e todos os jornalistas se transformaram em produtores multiplataforma. Na avaliação da própria empresa, a integração plena foi importante, porque disseminou a cultura do digital entre todos os profissionais, mas ao mesmo tempo gerou perdas para o jornal impresso e para o site, porque, segundo vídeo institucional do *Zero Hora*, “quando todo mundo faz tudo ninguém está focado na plataforma papel ou na plataforma digital”;

– **Em 2014** – Foi criado um modelo híbrido no qual dois terços da equipe seguem produzindo para todas as plataformas, mas um terço do time foca somente no site, redes sociais e aplicativos, para que se produzam conteúdos nativos digitais.

¹⁰ Evolução do jornal Zero Hora para a “versão beta”. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=NuBbHNI9hbg>

Tendência mundial, a convergência jornalística exige mudança de comportamento e tecnológica dentro das redações, principalmente porque há o desafio de se criar uma “cultura de integração”, incentivando o diálogo permanente entre os profissionais envolvidos. Para isso, além de se aproveitar cada vez mais e melhor as tecnologias e o capital humano disponível, as empresas precisam investir em capacitação.

A convergência é, ao final, apenas uma estratégia para ocultar a redução de custos, a demissão de profissionais ou, ainda, uma “maquiagem nova” para justificar a má qualidade (ou o não aprofundamento) do conteúdo?

Para os críticos, a convergência gera a homogeneização dos discursos e a consequente perda de pluralismo. Além disso, quando não se respeitam as especificidades de cada suporte e o imediatismo prevalece sobre a análise, a qualidade também é prejudicada (MICÓ, MASIP E BARBOSA, 2009).

Avilés (2006) relembra que, de tempos em tempos, surge um debate sobre a capacidade de renovar o jornalismo das empresas de comunicação e dos avanços tecnológicos. O autor aponta uma série de mitos sobre o tema e os derruba um a um, num processo de “desmitificação da convergência”. Iremos lembrar apenas três:

- **Primeiro mito.** “A convergência pode adquirir muitas formas”, *mas a simples cooperação de meios não é convergência* (grifo nosso);
- **Segundo mito.** “A convergência é usada para aumentar a qualidade do jornalismo”, quando, *na verdade, tem sido uma estratégia para reduzir custos* (grifo nosso);
- **Terceiro mito.** “A convergência permite ao jornalismo gerar sinergia entre diferentes meios para melhor aproveitar os recursos”. *Por trás dessa sinergia, no entanto, existem, frequentemente, mecanismos encobertos para reduzir o número de jornalistas na redação* (grifo nosso).

De modo geral, a mudança na lógica produtiva das redações se torna um fardo pesado para os profissionais, principalmente quando se considera a construção de uma cultura identitária do jornalista como um profissional abnegado, disposto a trabalhar 24 horas por dia, sete dias por semana, em prol do interesse público (KISCHINHEVSKY, 2010). O autor relembra que, em diversos veículos brasileiros, repórteres têm sido, sistematicamente, forçados a elaborar conteúdo para múltiplos canais de distribuição (jornais, revistas, rádio, TV e portais), tendo sua jornada ampliada de forma brutal, geralmente sem qualquer compensação.

Pelo discurso dos executivos de mídia, a convergência jornalística é um processo inevitável e os profissionais precisam desenvolver diversas habilidades, apurando, numa única saída da redação, dados que permitam a produção de textos para veiculação em sites e/ou impressos, além de captar imagens e áudio, editando-os para internet ou programas televisivos ou radiofônicos.

Podemos olhar para a Dúzia Digital através do prisma da multimídia – e da multitarefa. Não é raro que repórteres façam mudanças de multimídia na mesma matéria, no mesmo dia. A Bloomberg está na frente dos concorrentes com a sua inexorável prática da multitarefa. Ela espera que um repórter redija uma notícia de 400 palavras – para a Bloomberg, o importante é ser a primeira. Depois, ele reescreverá a história várias vezes, atualizando-os à medida que vai concluindo entrevistas. Ele poderá fazer alguma coisa em áudio para a estação de rádio da Bloomberg ou ser entrevistado para os podcasts ou pop up na Bloomberg TV (DOCTOR, 2011, p.59).

Para os jornalistas, a pressão pelo perfil multimídia representa, acima de tudo, sobrecarga de trabalho. É o sonho das empresas, não dos profissionais que atuam nos veículos de comunicação:

Cobra-se do empregado da empresa de comunicação flexibilidade e multifuncionalidade. Parte da tal reengenharia que reduziu empregos e aumentou a carga de trabalho dos empregados, em todas as áreas empresariais. Um pesadelo que assombra os trabalhadores. Antes de ser uma exigência do usuário, este é um modo de organização da produção que gera mais lucro para o dono da empresa (VAZ, 2013, p.61).

A integração das redações, segundo Salaverría e Negredo (2008), é apenas o elemento mais tangível do processo de convergência no jornalismo, porém mais complexo e justamente por isso deveria ser tratado pelos meios de comunicação com maior profundidade. Dessa forma, o modelo vai além da reestruturação de cargos na redução de equipe, e a rotina e o fazer jornalístico é que se tornam a questão central (apud AGNEZ, 2011, p. 79). Há alterações no “modo de fazer” e é preciso se observar o produto final sob a lógica da produção. Em geral, antes, existia uma única empresa, mas com vários olhares, uma vez que havia repórteres diferentes fazendo a cobertura. E agora, vários veículos reverberam um só olhar?

O cenário de evolução do jornalismo digital, alinhado com as experiências de convergência de mídia, propicia o surgimento de novas formas de levar a notícia à audiência, para além da pirâmide invertida.

Saad (2012, p. 176) aponta o modelo proposto pelo coletivo de Paul Bradshaw como exemplo de que a disseminação da informação deve levar em consideração a dinâmica velocidade-profundidade e, principalmente, o formato e a plataforma mais adequada. Em relação à velocidade, temos os elementos “alertas”, “resumo”, “notícia ou pacote de conteúdo”. Na esfera de profundidade, são apontados os seguintes itens: contexto; análise ou reflexão; interatividade; e customização. A seguir, iremos detalhar cada tópico que compõe o “modelo para a redação do século XXI”:

1. Alertas – ao ter em mãos os primeiros dados sobre o fato, o jornalista pode disparar alertas (por meio de celular, *blackberry*, *laptop* com *wifi*, ou de seu terminal da própria empresa, para sua rede de assinantes de alertas por e-mail, SMS, Twitter, Facebook etc). Para o público, isso significa que a informação está vinculada a uma entidade ou a uma marca de mídia, que aquele grupo de assinantes foi privilegiado com a informação e que, mais adiante, terá a notícia mais detalhada;
2. Resumo – é um esboço ou primeira versão. O primeiro conteúdo redigido ainda não é adequado para os meios impressos ou para o eletrônico, mas é um formato ideal para que a informação seja divulgada em um blog, por seu caráter mais informal. A postagem no blog da redação, do repórter ou do editor mantém a audiência, que já foi devidamente alertada sobre o fato e conduz tráfego para o website. Além disso, espalha o tema pela blogosfera¹¹, gerando comentários, novas informações e multiplicação para novos usuários;
3. Notícia ou pacote de conteúdo – Nessa fase, tem-se a decisão se o conteúdo até aqui apurado tem potencial de evoluir para uma cobertura online, ou será desenvolvido como material impresso ou para um telejornal, com as decorrentes delimitações. Pesa aqui a percepção do editor;
4. Contexto – uma vez definida a continuidade da notícia no meio online, inicia-se um processo de construção informativa bem diferente dos tradicionais itens básico da notícia: o que, quem, quando, como, onde e por que. Nessa fase, cabe ao jornalista responder perguntas como: quantas vezes o fato se repetiu? Onde posso encontrar informações e reportagens anteriores sobre o tema? Onde posso encontrar informações

¹¹ Termo coletivo que compreende todos os blogues como uma comunidade ou rede social. É o universo virtual dos blogues e blogueiros.

sobre a pessoa ou organização? Existem fontes às quais posso recorrer para novos dados? Segundo Saad, a construção do contexto tem na narrativa hipertextual sua base, sendo fundamental a habilidade de conexão entre documentos, organizações, explanações (seja de provedores externos ou de arquivos da empresa informativa). Tudo isso é oferecido ao usuário em um portal de notícias, que também faz a ponte com a plataforma jornal impresso;

5. Análise e reflexão – Para essa fase, é importante que o jornalista colete reações e comentários à notícia, que irão ocorrer na blogosfera, nos blogs e fóruns da empresa informativa, os depoimentos envolvidos. Nesse momento, tanto os meios impressos como a rádio e a TV do grupo de mídia podem dar continuidade à notícia já abordada, aproveitando os novos conteúdos para o online;
6. Interatividade – Uso de recursos de diálogos com os usuários, como fóruns de leitores para troca de experiência; wikis¹² para manutenção de temas em aberto; chats ao vivo com formadores de opinião e especialistas; matérias em flash interativo, combinando hipertexto, vídeo, áudio, animações e banco de dados (tudo com atualização dinâmica). Requer investimento e treinamento por parte da empresa para os profissionais envolvidos no processo;
7. Customização – a última fase do modelo apresentado por Paul Bradshaw é, segundo Saad, uma natural consequência da adesão do usuário ao processo de envolvimento criado pela empresa de mídia. A ação de inscrever-se para alertas por e-mail e fluxos de RSS, ler avaliações e recomendações sobre alguma notícia ou até mesmo a possibilidade de o usuário ir a fundo em correlações do tema com sua realidade pessoal, propõe um nível de relação bastante individualizada de cada usuário com a empresa informativa e até mesmo com o repórter e o editor.

O processo informativo proposto por Bradshaw (apud Saad) exige um novo perfil do profissional da informação, que assuma novos papéis de mediação, facilitação e colaboração em relação aos usuários.

¹² Wiki é uma coleção de muitas páginas interligadas e cada uma delas pode ser visitada e editada por qualquer pessoa. O que torna bastante prático, a reedição e futuras visitas.

1.1.1 Novos cenários, novas habilidades

Marcondes Filho (2009, p. 143) registra que a forma como se encontra a prática do jornalismo hoje é marcada por traços básicos do período, que diferem radicalmente do contexto em que se fazia jornalismo nas décadas de 1950 e 1960. “A época hoje é a das novas tecnologias de comunicação e já não se pode falar mais de comunicação sem mencionar ao mesmo tempo este novo quadro marcado e influenciado por estas tecnologias”.

Para alguns autores, atualmente, o jornalismo brasileiro, vive o pós-fordismo nas redações, onde a reestruturação do modo de produção capitalista tem implicações sobre a organização do trabalho no jornalismo industrial.

Segundo dados da pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*, a partir do quadro de reorganização do mundo do trabalho, os jornalistas tornaram-se profissionais multifuncionais e polivalentes, obrigados a atuarem como repórteres, redatores, fotógrafos e cinegrafistas; às vezes, ao mesmo tempo. São profissionais requisitados em várias áreas e também precisam ter múltiplas habilidades, escrevendo para jornais impressos, Internet, *blogs*, revistas, rádio e televisão, convivendo em um ambiente de trabalho muito mais competitivo, com grandes exigências e baixos salários (NONATO, 2013, p. 162).

Já Marcondes Filho conceitua o período atual como uma época na qual as redações de jornal adotam “processos hipertaylorizados de utilização da mão de obra jornalística”. Ou seja, os profissionais têm de trabalhar na velocidade do próprio sistema. Desse modo, o bom jornalista seria capaz de dar conta das exigências do tempo, produzindo textos jornalísticos razoáveis e com grande capacidade de adaptação redacional ou editorial, como sugere o modelo idealizado do “jornalista universal”. “Ele deve ser uma peça que funciona bem, acoplável a qualquer segmento do sistema de produção de informações. A eficiência sobrepõe-se à questão da qualidade (originalidade, personalidade) do texto” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 164).

Também Lage (2001) resgata o modelo de administração proposto pelo engenheiro norte-americano Frederick Taylor para tratar das rotinas produtivas dos jornalistas no princípio do século passado.

(...) a técnica moderna da redação jornalística sobreviveu mesmo a mudanças nos processos de trabalho implantados com ela, no início do século XX. Imaginava-se, então, uma segmentação de funções, como numa linha de montagem - a transferência para redações do modelo produtivo do taylorismo, baseado no princípio de que quem cumpre só uma pequena tarefa é capaz de cumpri-la com a máxima eficiência.

Imaginou-se, por algum tempo, que os repórteres deveriam apurar, os redatores redigir, os redatores do copy-desk confrontar e corrigir, os diagramadores montar as páginas e os editores comandar isso tudo (LAGE, 2001, p. 20).

A partir de 1980, percebe-se que o modelo taylorista se mostra incapaz de responder às demandas e necessidades das empresas de comunicação. Com isso, os conglomerados de mídia mudaram de estratégia:

As tecnologias tornaram muito mais complexa a tarefa de apurar, produzir e disseminar notícias, ampliou não apenas as competências exigidas ao repórter, mas também a velocidade de publicação no ritmo frenético da instantaneidade e da redação 24/7. Pode-se dizer que, com a digitalização, o jornalista acabou por se tornar um especialista não em algum assunto particular, mas em formas eficazes de fazer jornalismo e tornar o jornal disponível rápida e amplamente (TÁRCIA, 2007, p. 22).

Meyer (2007) acredita que um grande divisor geracional está separando os jornalistas de ontem dos de amanhã enquanto a adoção de novas técnicas está se revelando irregular. Esse pensamento é compartilhado por Costa (2014), para quem o problema geracional atrapalha o desenvolvimento de produtos para a plataforma digital. “Em primeiro lugar, existe um problema incrustrado no centro das operações necessárias à mudança. Trata-se do problema geracional. Ele precisa ser atacado. No mínimo, compreendido” (COSTA, 2014, p.7).

Costa defende que tal situação é uma evidência de que a realidade pós-moderna comporta a convivência de pessoas que nasceram num mundo analógico e as que já nasceram num mundo digital. O autor divide em três, os tipos de pessoas que transitam hoje, ao mesmo tempo, na era digital: “nativos analógicos”, “nativos digitais” e “analógicos digitais”. Na primeira classificação, temos todas as pessoas que eram adultas nos anos 90 do século XX. São da geração do papel carbono, do mimeógrafo e da máquina de datilografar. Já os nativos digitais dominam de maneira intuitiva a internet e os aparelhos que manipulam. Consideram-se protagonistas da internet. A terceira figura são os analógicos digitais, facilmente encontrados entre os dois polos anteriores. São pessoas que nasceram analógicas, mas que têm os olhos, ouvidos e a cabeça voltados para o mundo digital. E fazem o possível e o impossível para se adaptar ao novo mundo (COSTA, 2014).

No caso específico da imprensa, segundo Costa, a tensão entre analógicos e digitais se resume na incerteza de como o jornalismo irá sobreviver para continuar a relatar os fatos de forma independente, fiscalizar os poderes e regar o diálogo crítico.

Estes três tipos – nativos analógicos, nativos digitais e analógicos digitais – estão na base da confusão que a indústria de jornalismo enfrenta ante as mudanças tecnológicas e comportamentais que viraram seu negócio de ponta-cabeça. No fundo, eles protagonizaram uma disputa geracional espalhada por toda a contemporaneidade. Os nativos analógicos tentam salvar negócios analógicos adaptando-os ao digital. Os nativos digitais correm por fora e criam negócios completamente digitais – como o Google e o Facebook (COSTA, 2014, p.10).

Em outubro de 2013, num congresso de jornalistas em Atlanta, nos Estados Unidos, o especialista de negócios de mídia Rick Edmund, do *Poynter Institute*, mostrou que, da lista de 1.400 jornalistas inscritos para o evento, apenas meia dúzia dos editores tops de jornais estadunidenses tinha origem no mercado digital. Este é mais um desafio a ser enfrentado pelas empresas de comunicação que pretendem sobreviver num mundo de mudanças permanentes e vocação digital: como fazer sucesso nesse novo cenário com editores sem experiência digital? Para Costa, trabalhar com profissionais de origem digital, ou no máximo, com os analógico-digitais, tornou-se um componente-chave na nova realidade que é, segundo o autor, sobretudo disruptiva¹³.

A indústria do jornalismo, seja por questões geracionais, seja por questões de negócios ou mera incompetência levou muito mais tempo para entender o momento disruptivo pelo qual passa do que levou, por exemplo, a indústria das telecomunicações, que soube recriar-se no ambiente sem fio ou a indústria da música, que está se refazendo no ambiente digital (COSTA 2014, p. 11).

Enquanto a indústria da comunicação busca uma saída no cenário de jornalismo pós-industrial, a maioria dos nativos analógicos que atualmente está no mercado não acompanha a evolução das mídias. Muitos nem sequer têm interesse pela discussão sobre novos modelos de negócio na era digital e como essas mudanças podem afetar a manutenção ou não do seu emprego. O desconhecimento - ou mesmo o comportamento refratário – em relação a esse novo ambiente da comunicação muitas vezes impede que esses profissionais se preparem para adquirir ou aprimorar as habilidades exigidas no contexto de convergência jornalística. Segundo Salaverría (2003, p-2-3), do novo profissional será exigida capacidade para o trabalho em equipe,

¹³ Clayton Christensen, professor de Harvard, trata das tecnologias disruptivas em um de seus estudos. A palavra vem do latim “disruptio”, que significa espedaçar, romper, destruir. O termo tem sido usado para definir a interrupção do curso normal de algum processo, principalmente em tempo de constantes mudanças tecnológicas como o atual. A fotografia digital, por exemplo, é uma tecnologia disruptiva em relação à do papel fotográfico normal, e a telefonia móvel o é em relação à telefonia fixa, e os smartphones também o são em relação aos computadores de mesa.

familiaridade com as novas tecnologias, agilidade para lidar com as informações de última hora, habilidades comunicativas não somente textuais, mas também audiovisuais para pensar e construir a notícia de forma multimídia.

Nessa mesma linha de pensamento, Doctor (2011) avalia que as habilidades que os jornalistas contemporâneos precisam dominar, independentemente de para quem trabalhem, estão se modificando de forma radical.

Na realidade, as habilidades da polivalência se cruzam agora diariamente entre o trabalho do jornalismo e o trabalho da atividade do jornalismo. Um editor que trabalhava com o material impresso e agora trabalha on-line me disse que a nova lista de atribuições do seu cargo incluía descobrir como distribuir o conteúdo da empresa na rede, e isso significava entrevistar vendedores externos, fazer consultas de referências comerciais e fazer contratações – habilidades relativamente novas para ele, aos 54 anos de idade (DOCTOR, 2011, p. 249).

As empresas de comunicação estão buscando novos formatos e um profissional multitarefa, mas como se dá a capacitação do profissional para o fazer jornalístico, uma vez que agora o trabalho dele é “elevado ao cubo”? Há uma crítica velada de que as escolas de jornalismo ainda não preparam devidamente os estudantes para o ambiente digital, mesmo que muitas instituições já se mostrem preocupadas com isso. Alguns especialistas defendem a necessidade de incluir nos currículos escolares programação de dados, mídias sociais e extenso conteúdo multimídia e de design. Se a educação formal para o ofício de jornalista ainda se mostra com lacunas em relação ao novo cenário digital, no ambiente corporativo a situação não é mais favorável: profissionais não recebem treinamento adequado para o desempenho das novas funções e o fazer jornalístico – em geral – ocorre de forma estritamente técnica como se estivessem em um ambiente fabril, num modelo pós-fordista, sem questionamentos sobre sua prática e ignorando a função social do jornalismo.

(...) Se a escola ainda não prepara os profissionais necessários, então a empresa deve preparar. Tem a obrigação de preparar. Senão não vai construir valor. O que não é admissível é deixar uma redação, por menor que ela seja, à mingua ante as novas expertises do novo mundo da comunicação. Se as empresas não se adiantarem ao caminhar compassado da academia, elas correm o risco de perder a oportunidade de dar a volta por cima nessa crise, que é estrutural (COSTA, 2014, p. 53).

O autor defende que a redação do jornalismo digital deve estar preparada para produzir conteúdos multimídia capazes de rodar em plataformas diversas – web, tablets, celulares e múltiplas mídias sociais. Igualmente deve estar preparada para entender que há momentos que

vão exigir transmissões ao vivo de materiais em estado bruto. Para Costa, cabeças analógicas conseguem pouco resultado com esse tipo de necessidade. “Redações capazes de dar conta deste recado terão maior facilidade de sobrevivência na selva digital do que as redações obcecadas com o formato texto e foto, o caso do impresso, ou vídeo e sonoras editados na sua forma tradicional, no caso dos produtos eletrônicos de jornalismo” (COSTA, 2014, p. 53).

Prado (2011) afirma que o profissional bem sucedido do século XXI é multimídia e polivalente. E é esse perfil que as empresas de comunicação buscam quando têm como foco redações integradas, visto que os paradigmas mudaram, e os processos não são lineares no ambiente multiplataforma. O novo cenário requer agilidade, interatividade, conexões e múltiplos formatos, em novos papéis e funções de repórteres e editores na convivência com as novas habilidades.

A nova geração sabe manusear várias mídias ao mesmo tempo. É jornalista-radialista digitalizado, cinegrafista e fotógrafo. Está certo que escrever bem ainda é e sempre será fundamental. Mas não basta mais só saber redigir, o mercado carece e prefere que o jornalista saiba, de forma extremamente profissional (...), gerar páginas na internet, fazer locução, mexer em câmeras e, em muitos casos, editar também; tudo isso com visão aguçada, claro (PRADO, 2011, p. 3-4).

Habilidades diferentes são exigidas dos antigos e novos profissionais, para atuar em múltiplas plataformas, mas os jornalistas e estudiosos em Comunicação concordam que, mesmo com todas as mudanças, algo continua essencial no fazer jornalístico: contar uma história. O áudio, o vídeo, os infográficos virtuais, os *flashes* e a interação com a audiência colaboram para o êxito das narrativas.

Na era do conteúdo darwiniano, você é o seu próprio editor – diz a primeira das 12 novas tendências que moldarão as notícias, segundo Doctor (2011). “Nós agora nos tornamos os nossos próprios *gatekeepers*; não vemos mais o mundo das notícias como uma comunidade atrás de uma cancela” (DOCTOR, p.31).

Em resumo, Doctor explica que, feito a teoria da Evolução de Darwin, não será apenas o melhor conteúdo que sairá vitorioso e, sim, as empresas produtoras de notícias que se adaptarem melhor e mais rápido a essa nova realidade, tendo em vista ainda a qualidade jornalística. Quem aparece como vencedor, nesse cenário, conforme o autor, são as companhias que aprendem a utilizar a tecnologia, como dirigir o produto para um público-alvo específico e como empregar a natureza social da leitura e da resposta das notícias da web, e ainda, obviamente, como vender a propaganda relacionada com o noticiário.

1.1.2 Identidade jornalística e formação acadêmica

No auge da chamada “era da comunicação de massa”, segundo Lopes (2013, p. 169), a forma mais comum de uma pessoa realizar tarefas de captação, produção e distribuição em larga escala de informação era por meio de veículos de comunicação. Para a autora, a figura da corporação se tornava quase indispensável para o exercício de tais atividades.

Na contemporaneidade, existe um certo “tensionamento do sentido de profissionalismo da atividade jornalística”, quando nos deparamos com um sem-fim de blogueiros, por exemplo, apresentando-se como “jornalista” no campo “profissão” de sua plataforma. A internet e outras tecnologias digitais – aponta Lopes (2013), facilitaram o acesso de *outsiders* a algumas das dimensões dos fazeres e saberes jornalísticos.

Para a autora, o interesse de alguns usuários em serem chamados de jornalistas não é automaticamente derivado das potencialidades técnicas dos novos meios.

Isso se deve muito mais ao capital simbólico acumulado ao longo do tempo e incorporado à identidade jornalística no decorrer de uma série de processos políticos, econômicos, sociais, culturais, e também técnicos, os quais, em grande parte, se desenvolveram na chamada “era da comunicação de massas”. De qualquer forma, não se pode negligenciar que a materialidade dos meios cibernéticos e da tecnologia das redes cria condições para que indivíduos que assim o desejarem se comportem, se sintam e se definam como jornalistas (LOPES, 2013, p. 171).

Estudo sobre conformações identitárias realizado por Deuze (2004) discute os impactos da convergência para a prática jornalística e para a autopercepção dos jornalistas como profissionais multimídia. O autor explica que a ideia de jornalismo multimídia, de modo geral, leva-nos a dois principais sentidos: o primeiro se refere à apresentação online de conteúdo noticioso, congregando um ou mais formatos de mídia (texto escrito, som, recursos de som e imagem, animações gráficas, entre outros, incluindo interatividade e elementos hipertextuais); e o segundo tem relação com a integração de diferentes meios (como jornais impressos, revistas, websites, SMS, televisão, rádio) para executar a tarefa de difundir conteúdos jornalísticos, podendo ocorrer de forma simultânea ou não.

Ambas as concepções implicam no desenvolvimento de competências técnicas por parte do profissional que irá atuar em qualquer uma dessas situações. Tais competências são chamadas por Deuze de ideais-típicas e remetem ao modelo dinâmico da convergência (*convergence*

continuun) – cunhado por Dailey, Demo e Spillman (2005) e já abordado neste capítulo. Para Deuze, convergência é a colaboração entre profissionais ou a integração gradativa de distintas operações de mídia. O autor chama a atenção para o fato de que jornalista online (também chamado de ciberjornalista, *e-jornalista* e jornalista de internet) não pode ser compreendido como sinônimo de jornalista multimídia, embora ambos compartilhem similaridades.

O autor defende que tratar de convergência ou falar de multimídia não se resume a abordar experiências da internet, mas também contempla – e isso aproxima Deuze de Jenkins – “observar transformações culturais em diferentes instâncias no mundo das novas tecnologias de comunicação e informação e dos ambientes virtuais que configuram novas formas de ação social e novos contornos de trocas simbólicas” (LOPES, 2013, p.174).

(...) a broader understanding of the impact a changing media environment has for the social organization (including culture and praxis) in journalism involves a critical appreciation of its logic. For the issues at hand this requires us to look at the mutually constituent (or recombinant) elements of multimedia logic: the institutionally structured of technical and organizational attributes, and the cultural competences of users and producers of news (DEUZE, 2004, p.142).¹⁴

Nesse contexto, ocorrem mudanças em âmbito interno (práticas, rituais, rotinas e culturas) e externo (regulações, concorrências, intervenções públicas, entre outros), com vistas à produção da notícia. O movimento das empresas de comunicação em relação à convergência midiática, também relatado por Deuze, tem impulsionado a busca dos jornalistas para aquisição de competências, conforme Lopes (2013). Desde a faculdade, o aspirante a jornalista demonstra estar sujeito a pressões para adquirir *expertise* e estar plena e profissionalmente apto a ser um jornalista bem-sucedido no cenário da convergência e da multimidialidade (LOPES, 2013, p.176).

Ao tratar sobre a formação de jornalistas para o século XXI, Canavilhas (2011) relembra que os desafios impostos pela digitalização introduziram novas variáveis no processo de produção da notícia. Como consequência, segundo o autor, destaca-se nesse cenário a necessidade de reforçar a componente formativa em áreas tradicionais do jornalismo.

¹⁴ Em tradução livre: (...) um entendimento mais amplo do impacto que um ambiente de mídia em mudança tem para a organização social (incluindo cultura e praxis) no jornalismo envolve uma apreciação crítica da sua lógica. Para as questões em análise, isso requer que observemos os elementos mutualmente constituintes (ou recombinantes) da lógica multimídia: os componentes institucionalmente estruturados de um meio, o arranjo de atributos técnicos e organizacionais, e as competências culturais dos usuários e produtores de notícias.

“Contrariamente ao que se esperava, formar jornalistas para a era digital não significa apenas integrar mais conhecimentos instrumentais nos planos de estudo, mas sim repensar alguns conceitos fundamentais e adaptá-los a uma nova realidade profissional”. (CANAVILHAS, 2011, p. 19).

Em Canavilhas, temos que os novos processos digitais são mimetismos dos antigos processos analógicos, possuindo, desse modo, uma mesma base a partir da qual nascem novos procedimentos. O autor faz um alerta: o digital não pode ser ensinado como oposição ao analógico, mas destacando-se – e mesmo privilegiando – sua complementariedade.

Neste campo, o jornalismo não se distingue das ciências exactas: primeiro é necessário dominar os conceitos para depois se aprenderem as técnicas que permitem solucionar os problemas. As redacções são bons locais para cimentar conhecimentos, mas não para adquiri-los, pelo que a fundamental abordagem transdisciplinar aos processos de comunicação só é possível no seio da academia (CANAVILHAS, 2011, p.19).

De forma mais prática, ainda conforme Canavilhas (2011), o ensino do jornalismo deve procurar andar sempre um passo à frente do mercado. O autor ressalta que não basta formar estudantes que vão suprir as necessidades das empresas. É preciso mais: antecipar o futuro e desenvolver projetos de investigação que integrem esses mesmos alunos.

A criatividade dos estudantes, aliada à experiência dos professores envolvidos nos projectos, produzirá certamente propostas mais sustentadas que podem ser incorporadas posteriormente nos planos de estudo. Só assim será possível formar profissionais multitarefa e multiplataforma, duas características essenciais para as empresas (CANAVILHAS, 2011, p.19).

Durante as discussões sobre as Novas Diretrizes Curriculares do Jornalismo no Brasil, um tema ganhou destaque: o contexto contemporâneo e seus respectivos desafios relativos à globalização, às inovações tecnológicas, à convergência midiática etc. O objetivo do debate, dentre outras coisas, era discutir os critérios para organizar uma formação adequada para o jornalista na atualidade. Para Ana Maria Straube, representante da Associação Brasileira de ONGs (Abong) e que participou de audiência sobre o tema em 18 de maio de 2009, a formação do jornalista deve apontar para uma discussão crítica sobre a convergência dos meios. “Sabemos que cada vez mais a produção de conteúdo para televisão, rádio e internet se mistura. A Abong considera que as faculdades devem estar prontas para discutirem a necessidade de regulação

desses setores e também o que significa a produção de conteúdo para esses novos meios” (STRAUBE apud LOPES, 2013, p.230).

Em 2014, a revista *Cult* trouxe a seguinte chamada de capa, na edição de março: “O fim do jornalismo crítico? Novas diretrizes curriculares criam um abismo entre teoria e prática”. A publicação produziu um dossiê sobre o tema, apontando divergência entre os acadêmicos da área sobre o assunto. As novas diretrizes foram aprovadas pelo MEC em setembro de 2013 (para entrar em vigor a partir de 2015.), após serem elaboradas por uma comissão de notáveis presidida pelo professor José Marques de Melo. Segundo a reportagem da *Cult*, as novas orientações foram mal recebidas em diversos setores acadêmicos e colocou em evidência a disputa entre teóricos e práticos.

O tema dividiu a academia, envolvendo questões como a visão do campo ocupado pela assessoria de imprensa, o papel da investigação na prática do jornalismo e a crise que se estabelece com a convergência das mídias em decorrência do avanço tecnológico. Para Ciro Marcondes Filho, em registro da revista *Cult*, as Novas Diretrizes Curriculares representam um passo atrás na formação do jornalista brasileiro, ao separar o jornalismo da comunicação, “pois o espírito crítico se aprende e se desenvolve nos bancos universitários, não nos computadores das redações de jornal”.

Na mesma reportagem, Iasbeck corrobora com essa ideia, ao defender que as novas diretrizes inviabilizam o enfoque de que “o jornalista é um produtor de sentidos para o mundo” (2014, p.38), eliminando o olhar crítico e reduzindo a profissão a técnicas de divulgação das notícias. Ponto em que há discordância com Eugênio Bucci, que não identifica onde as diretrizes curriculares cerceiam a formação crítica e acredita que, após a nova normatização, uma visão mais clara sobre imprensa começa a surgir. Ainda no dossiê da revista *Cult*, Juremir Machado da Silva (2014, p. 36-37) considera que o grande desafio na formação do jornalista não é teórico nem prático, mas de repertório. O autor defende que profissionais de outras áreas, como economia ou sociologia, também possam estar habilitados para o exercício do jornalismo:

Por que não habilitar também um jornalista por meio de mestrados profissionalizantes? Por que um sociólogo, um historiador ou um economista não poderiam, com um mestrado ou uma especialização, completar a formação necessária para o exercício do jornalismo? Mais uma vez, a explicação parece encontrar-se, paradoxalmente, no campo da compreensão: uma questão simbólica, de valorização de um campo, de cristalização de um imaginário, de uma visão de mundo, de como se quer conceber e perceber o jornalista no espaço social (SILVA, J. 2014, p. 36-37).

Para Lopes (2013, p. 243), o debate sobre diretrizes curriculares para o curso de jornalismo é muito mais que a discussão sobre conteúdos necessários à formação universitária, mas encampa uma série de intersecções com outras questões que tocam ao exercício profissional do jornalismo, à autoridade desse agente social e de seu lugar de fala, no contexto atual.

(...) Ficou evidente uma preocupação generalizada com a formação do jornalista em face das novas tecnologias de informação e comunicação, concebidas como espaços que possibilitam saberes, fazeres e valores diferentes dos tradicionalmente encontrados nos meios de comunicação de massa. Mas tampouco há consenso sobre as imagens do jornalista nesse contexto. Muito do que se diz sobre como o jornalista deve agir, discursar, ocupar as novas mídias no cenário da convergência ainda está nebulosamente indefinido, apresentando mais controvérsias acerca do que pode ser entendido como fronteira para o grupo dos jornalistas (LOPES, 2013, p. 244).

Além disso, conforme Saad Corrêa (2011), a reconfiguração da identidade do jornalista passará pela mudança de papéis de mediação social para a promoção de correlação entre os fatos, ideias, memória e atualidade, tudo de forma simultânea. “Também passará pela capacidade de empresas e profissionais de resgatarem a ideia de que ler, acessar e ouvir notícias, não importando através de qual meio sustentado por tal tecnologia, seja um verdadeiro ritual social” (SAAD, 2011, p. 61).

1.1.3 Cultura profissional é hábito adquirido

Para avançarmos nas discussões sobre convergência jornalística, é essencial que abordemos o conceito de cultura. Segundo Eagleton (2000, p. 13), “cultura” é considerada uma das duas ou três palavras mais complexas de nossa língua, sendo derivada de trabalho, agricultura, colheita e cultivo. O autor relembra que Francis Bacon escrevia sobre “cultivo e adubação de mentes”, numa sugestiva relação entre estrumes e distinção mental, e mostra que o termo cultura tanto sugere regulação quanto crescimento espontâneo.

O cultural é o que podemos mudar, mas o material a ser alterado tem sua própria existência autônoma, a qual então lhe empresta algo da recalcitrância da natureza. Mas cultura também é uma questão de seguir regras, e isso também envolve uma interação entre o regulado e o não regulado. (...) O seguimento de regras não é uma questão nem de anarquia nem de autocracia. Regras, como culturas, não são nem puramente aleatórias nem rigidamente determinadas - o que quer dizer que ambas envolvem a ideia de liberdade. Alguém que estivesse inteiramente eximido de convenções culturais não seria mais livre do que alguém que fosse escravo delas (EAGLETON, 2000, p.13).

Santaella (2003) também aborda as origens do termo cultura, em relação ao cultivo agrícola, mas relembra a metáfora da mistura para falar sobre o termo em foco: “Outra importante metáfora para a compreensão da cultura, menos biológica do que a vida, é a metáfora da mistura. Se a mistura é o espírito, como dizia Paul Valéry, e a cultura é a morada do espírito, então cultura é mistura” (2003, p. 30). A autora também destaca que existe o consenso de que “cultura é aprendida” e de que ela é a parte do ambiente feita pelo homem. A definição, conforme Santaella, também implica que a cultura é mais do que um fenômeno biológico, uma vez que inclui todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido por meio do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou por processos de condicionamento, como técnicas de várias espécies, sociais ou institucionais, crenças, modos padronizados de conduta.

Sempre houve um consenso entre antropólogos de que a cultura está relacionada com ações, ideias e artefatos que os indivíduos numa dada tradição aprendem, compartilham e avaliam. Via de regra, as ações, ideias e artefatos são englobados sob uma rubrica mais geral denominada comportamentos ou costumes (SANTAELLA, 2003, p.43).

Nesta pesquisa, conforme citado na Introdução, estamos trabalhando com o conceito de cultura profissional proposto por Vizeu (2008), o qual inclui códigos, rituais e convenções, mas também restrições relacionadas à organização do trabalho:

Na produção da notícia temos, de um lado, a cultura profissional, entendida como um conjunto de emaranhados de retóricas, astúcias, táticas, códigos, estereótipos, tipificações, representações de papéis, rituais e convenções relativos às funções da mídia e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que superintendem a sua confecção. Isso se traduz, pois, numa série de paradigmas e práticas profissionais dadas como *naturais*. Por outro lado, temos restrições ligadas à organização do trabalho, sobre as quais se criam convenções profissionais, que contribuem ainda para legitimar o processo produtivo, desde o uso das fontes até a seleção dos acontecimentos. Estabelece-se, assim, um conjunto de critérios de relevância, que definem a *noticiabilidade* de um fato, isto é, a possibilidade de ele virar notícia (VIZEU, 2008, p. 224).

Vizeu enfoca a cultura profissional ao tratar sobre a abordagem do *newsmaking*, cuja principal preocupação “são as articulações, conexões e relações existentes entre a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e dos processos produtivos” (VIZEU, 2008, p. 224).

Barreto (2013, p. 55) também trata do tema ao defender que a cultura jornalística não corresponde a um conhecimento cultural pronto, mas ganha contornos diferentes ao ser apropriada por empresas jornalísticas, o que gera novas culturas. Em síntese, a autora enuncia que

cada empresa de comunicação tem sua própria cultura jornalística. “Trata-se de um conjunto de concepções e elementos que referenciam os processos de produção do jornalismo de cada mídia, como uma espécie de um *espírito* ou *ethos* jornalístico, de tal modo a forjar o jeito próprio de produzir cada mídia” (BARRETO, 2013, p. 55).

O conceito de *habitus* de Bordieu (1998), apud Lopes (2013), também enriquece nosso olhar sobre a cultura e as práticas jornalísticas ao pontuar que este não se trata de uma estrutura pronta e acabada, visto que implica em um processo construtivo, aberto a ajustes e inovações:

Para o autor, o *habitus* é uma espécie de *modus operandi*, funcionando como uma matriz na qual os agentes baseiam suas percepções, apreciações e ações. Mas é bom deixar claro que tal matriz não corresponde a um modelo estanque, estruturalmente fechado. Ela é um princípio gerador que tanto reproduz as condições objetivas e regulares quanto permite inovações e ajustes (LOPES, 2013, p. 31).

Lopes defende que o *savoir-faire* também organiza fronteiras do grupo profissional. Segundo a autora, quando os agentes se reúnem em torno das práticas típicas do jornalismo estão partilhando o *habitus*, ou seja, realizando suas ações – individuais ou coletivas – dentro de relações de poder e de estruturas organizantes do espaço que ocupam. “O fazer diário da profissão engloba mais que as atividades a serem realizadas cotidianamente, abrangendo também os diversos contextos atrelados a esse fazer” (LOPES, 2013, p. 29).

Diversos autores, há séculos, compreendem que hábito é um conceito aristotélico-tomista. Ao tratar sobre São Tomaz de Aquino, Lauand (2000) conceitua hábito como “pura e simplesmente uma qualidade adquirida (auto-adquirida e livremente desenvolvida), que facilita e aperfeiçoa a ação e aperfeiçoa também o próprio homem”. Seria uma qualidade que virou resposta automática a situações parecidas, mas não no sentido de condicionamento ou domesticação.

Para Strelow (2010, p.21), a cultura profissional se estrutura a partir do momento em que os jornalistas partilham valores e formas de ver e operar. “A capacidade de verificar fatos, apurar, fazer perguntas, contatar fontes, o domínio das técnicas de redação jornalística, assim como a capacidade para reconhecer o que é notícia, estão entre os fatores estruturantes da cultura profissional”. A autora apresenta essa concepção a partir do que foi enunciado por Sousa (2006, p.232). Em seu trabalho, o pesquisador português destaca os saberes profissionais e específicos e apresenta uma divisão para os saberes da profissão de jornalista:

- Saber de procedimento – é a capacidade de recolher e processar informações, de verificar fatos, de compreender respostas, de fazer perguntas, de contatar as fontes;
- Saber de narrativa – refere-se ao domínio das técnicas de redação jornalística;
- Saber de reconhecimento – trata-se da capacidade de reconhecer o que é notícia.

Para Sousa, outro traço da cultura jornalística é, justamente, o “caráter partilhado dos valores noticiosos que possibilitam o saber de reconhecimento do que é notícia”. O autor apresenta ainda outro traço que contribui para a formação do conjunto de táticas, retóricas e códigos específicos da profissão: as políticas editoriais específicas de cada empresa. “Assim pode observar-se que a cultura jornalística é, em grande medida, transorganizacional e transnacional, mas também é local, pois cada organização noticiosa tem a sua própria cultura” (SOUSA, 2006, p.232). A formação da cultura profissional dá-se, também, por meio da socialização, definida por Sousa como um processo em que os indivíduos aprendem, comunicam e interiorizam o sistema de valores, normas e comportamentos.

O tema da cultura profissional também foi abordado por Adghirni (2012):

Mudanças estruturais no jornalismo implicam no reconhecimento da profissão como uma prática social, marcada por um processo de reinvenção permanente (Ringoot, Utard, 2005), pois o jornalismo é parte da sociedade. Ele é (re) construído a partir da participação contínua de diferentes atores sociais (indivíduos, instituições, conceitos e abstrações) que interagem conforme um conjunto de normas e convenções, responsáveis pela coordenação das atividades vinculadas a essa prática (Pereira, 2010) (ADGHIRNI, 2012, p. 63).

Na obra *Conceitos de Jornalismo - Norte e Sul*, Kunczik (1988) trata da socialização na profissão de jornalista. O autor apresenta “socialização” como o processo pelo qual se transmite o conhecimento social necessário para poder adotar determinada posição e os papéis com ela relacionados no interior de um sistema social.

Aplicada ao jornalismo, significa o aprendizado das habilidades, dos motivos, modelos de orientação e emoções requeridos para o funcionamento jornalístico cotidiano, noutras palavras, a adoção de valores, normas, costumes e atitudes que prevalecem nos meios de comunicação e que são necessários para a pessoa se tornar um membro (jornalista) maduro da organização. A socialização ocupacional deve ser considerada quase como um processo vitalício (KUNCZIK, 1988, p. 156).

Ao tratar da Teoria dos Papéis, Kunczik faz uma reflexão que, embora não tenha sido elaborada para a era do Jornalismo Pós-Industrial, remete-nos ao que as empresas esperam do

jornalista em tempos de convergência de mídias, muitas vezes com o dia sobrecarregado de multitarefas.

A tensão do papel ocorre quando o cumprimento dos deveres do papel se transforma em uma carga. A tensão do papel é um estado cognitivo, é a dificuldade que se sente ao tentar cumprir as obrigações do papel. Há diferentes maneiras de responder à tensão do papel, incluindo o uso de tranquilizantes e lenitivos, o que é típico dos jornalistas, segundo nos informam os meios de comunicação. mas os resultados da investigação nos contam uma história diferente. Supondo-se que a tensão cognitiva produz baixa satisfação no trabalho, baixa confiança na organização e alta tensão relacionada com o trabalho, pode-se supor reciprocamente que, apesar das altas cargas objetivas, o jornalismo produz pouca tensão do papel (KUNCZIK, 1988, p. 159).

No jornalismo contemporâneo, principalmente na modalidade digital, o tempo da produção das informações é muito diferente do que ocorria há algumas décadas, quando o repórter tinha condições de apurar mais a fundo determinado fato até que o mesmo fosse divulgado.

Christofoletti (2008) pontua que o intervalo entre o acontecimento e a distribuição do seu relato está muito menor hoje, em relação às três últimas décadas, pois sites e portais querem ser os primeiros veículos a divulgar a notícia. “Com prazos vencendo antes, jornalistas e meios de comunicação precisam ser mais eficientes, ágeis e versáteis. As etapas de produção da notícia mudaram, e, na prática, isso obriga a escolher entre ser altamente competente ou queimar algum estágio desse processo” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 98).

Principalmente nesses tempos globalizados, em que a velocidade parece adquirir um valor em si, Moretzsohn (2002, p. 148) sugere que é mais apropriado dizer que “essa noção de urgência é o grande fetiche da vida (pós) moderna”. Para a autora, a busca do instantâneo é a regra da atividade jornalística empresarial, pela própria lógica do sistema e não apenas um “valor cultural”, construído no contexto de uma determinada sociedade, “cânone estabelecido por uma categoria profissional inserida nessa determinada sociedade e regida por um ‘relógio cultural’”.

A partir dos anos 1950, o processo de produção da notícia começou a ser estudado, com pesquisas sociológicas e antropológicas, por meio de mapeamento das técnicas, os valores normativos da profissão e os constrangimentos a que os jornalistas são submetidos nas organizações (BENETTI, 2009).

O tema da organização jornalística está diretamente relacionado à lógica produtiva da informação. Alsina (2009) defende que “as empresas que estão inseridas num sistema de economia de mercado têm a tendência de unificar sua prática de produção”, uma vez que as

mudanças, sejam econômicas, sejam tecnológicas, afetam a todas as empresas da mesma forma dentro do contexto de um mundo mais interconectado. Alsina acredita que na decisão produtiva prevalece mais o sentido organizacional que o pessoal, pois “embora a rubrica final possa ser a de um jornalista concreto, no entanto, esse produto final passou por uma série de filtros antes de sua publicação” (2009, p. 202).

Os mecanismos de valorização dos fatos que pertencem à atualidade, e que precisam ser transformados em matéria informativa, obviamente têm de estar muito ajustados às exigências do modelo do jornal em questão. De fato, a valorização e a seleção dos temas do dia a dia, em função da escala de valores que é estabelecida segundo o estilo do jornal, são alguns dos fatores que constituem o núcleo que configura com mais exatidão o conjunto das características que acabam identificando o tipo de conteúdo mais genuíno de cada modelo de jornal (CASAUS E ROIG, apud ALSINA, 2009, p. 202).

1.1.4 Jornalismo e inovações tecnológicas

Toda nova tecnologia introduzida no jornalismo é passível de alterações no ambiente e nas formas de lidar com a notícia. Adoção de tipos móveis, melhorias das estradas e distribuição dos impressos, surgimento das linotipos e rotativas, chegada da máquina de escrever e do telégrafo e criação do telefone, rádio, televisão, internet e microcomputadores estão entre as inovações tecnológicas que foram fundamentais para a comunicação social.

No final da década de 1980, Kunczik já tratava da influência da tecnologia nas estruturas da organização jornalística, indicando que se mostra como óbvio que a introdução dos sistemas eletrônicos nas salas de redação afetaria o trabalho dos jornalistas. Apesar de pontuar a carência de investigações sobre o tema, o autor cita algumas pesquisas da época que já tinham como objeto de estudo a relação dos jornalistas com as chamadas “novas tecnologias”.

Segundo Kunczik (1988), os pesquisadores Prott et al (1979) examinaram a rotina eletrônica diária dos repórteres no escritório central da DPA (*deutsche presse-agentur*), de Hamburgo, então a principal agência de notícias da Alemanha Ocidental. Foram entrevistados 24 dos 110 jornalistas da sala de redação da matriz. Nessas entrevistas intensivas, perguntou-se sobre suas experiências com a infraestrutura de distribuição computadorizada de notícias e seus efeitos sobre o trabalho jornalístico. Kunczik ainda se refere a outro estudo de Prott et al (1983), no qual foram analisadas duas empresas jornalísticas da Alemanha setentrional durante dois anos, os quais estavam a ponto de adotar as novas técnicas.

O processador de texto era visto como facilitador do trabalho, proporcionando maior amplitude gráfica, diversidade de temas e autonomia editorial para o processo de produção. Ouviram-se críticas sobre as diferenças técnicas, o maior trabalho, o pior ambiente de trabalho e a menor qualidade do produto jornalístico. Prott et al. constataram que predominavam os efeitos negativos (KUNCZIK, 1988, p.213).

Kunczik também relembra o trabalho de Mast (1994), que analisou a aceitação e os efeitos de uma sala de redação eletrônica em *Augsburger Allgemeine*, o sexto jornal regional da Alemanha Ocidental. Realizado durante três anos e meio, o estudo abrangeu todos os jornalistas da central de redação. “Além de entrevistar os jornalistas, os analistas participaram em reuniões editoriais, conversas e atos nos quais foram apresentadas as novas técnicas. Observaram-se os procedimentos de trabalho na sala de redação e interrogaram-se os especialistas” (KUNCZIK, 1988, p. 214).

Alguns pontos chamam a atenção nessa pesquisa para a realidade vivenciada hoje em tempos de convergência jornalística: 1. Em relação às novas tecnologias, Mast comprovou que a boa vontade para trabalhar com elas dependia da facilidade do manuseio, uma vez que grande parte da resistência foi eliminada por meio da experiência prática com as novas técnicas; 2. As medidas de capacitação surtiram efeito positivo; 3. Fomentou-se ainda mais a aceitação a partir da integração da equipe de redação na fase de planificação e tomada de decisões; 4. Em geral, os jornalistas não consideravam a nova tecnologia como uma ameaça à qualidade de seus trabalhos jornalísticos.

Kunczik avaliava que os jornalistas não estavam se transformando em acessórios sem cérebro das máquinas eletrônicas. Para o autor, estava surgindo um novo tipo de jornalismo: o redator de comunicação, que facilita o acesso do jornalista às informações introduzidas nos bancos de dados.

Das investigações realizadas até aqui, extrai-se a conclusão de que não existe justificativa alguma para um pessimismo cultural completo. Sua implicação para a capacitação é que os futuros jornalistas devem, mais do que nunca, tomar consciência dos critérios de seleção de notícias. Eles devem saber que a investigação eletrônica implica também depender das informações produzidas por outros, provenientes quase sempre de fontes desconhecidas. Paralela a esse fato, a distância crítica em relação às próprias ações e às questões éticas do jornalismo - a autoimagem do jornalista - deve aproximar-se ainda mais do núcleo de capacitação jornalística, pois uma coisa é certa: a tecnologia não é boa nem má, mas também não é neutra (Lei de Kranzberg) (KUNCZIK, 1988, p.217).

Ao longo das décadas, o segmento de mídia vem demonstrando ter uma capacidade surpreendente de absorver rapidamente inovações técnicas desenvolvidas em outras áreas e colocá-las a serviço de suas finalidades. Silva (2013, p. 36) contextualiza que o uso do telégrafo sem fio, de satélites, de videofones e, mais recentemente, de telefones móveis digitais, reconstitui a história sociotécnica do jornalismo “envolto a essa ‘pressa’ pelo noticiar em tempo real, afunilada mais ainda pela emergência do jornalismo digital”. Segundo o autor, uma vez instalados, tensionamentos emergem desses fatores como reconhecimento de uma relação estabelecida entre jornalismo e mobilidade. Tal cenário envolve rotinas dos repórteres, novos artefatos como plataformas de produção e, ainda, a questão da qualidade da notícia vinculada à condição de mobilidade.

Para Marcondes Filho (2009, p. 39-40), a história do jornalismo reflete, de forma bastante próxima, a “aventura da modernidade”. O autor enfoca as inovações tecnológicas em seus estudos, apontando dois principais momentos dessa história: a “rotativa e a imprensa de massa”, em 1850, e a “informatização”, na década de 1970. No primeiro contexto, estão o jornalismo como empresa lucrativa e o fim da liberdade editorial. Em seguida, no ambiente da informatização, temos os seguintes elementos: *hardware* (a comunicação que se expande tecnicamente; é a Era da Comunicação) e *software*, o conceito de comunicação invade todas as áreas. No primeiro, surgem a informática cibernética das redes e a interferência sobre o ambiente de redação jornalística, culminando em taylorização, alta rotatividade e fim dos especialistas. Em relação ao *software*, temos: mudanças no texto (que passa por um processo de compressão); os fatos “fabricados” que se sobrepõem ao “real”; a virtualidade que se sobrepõe à textualidade; a autorreferencialidade mediática; o jornalismo minimalista; e, por fim, a imaterialidade jornalística.

O jornalismo da era tecnológica tem início por volta dos anos 1970 e inclui dois processos. Primeiro, a expansão da indústria da consciência no plano das estratégias de persuasão dentro do noticiário e da informação (ampliação da presença das assessorias de imprensa no noticiário, confundindo-se com o que é produzido dentro das redações). O segundo processo trata da substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informações (MARCONDES FILHO, 2009).

No âmbito das relações entre comunicação e tecnologias, as novas tecnologias agem em dois planos: virtualizam o trabalho jornalístico impresso e interferem radicalmente nos conteúdos (tanto explícitos, quanto subentendidos nas novas técnicas). Em relação ao trabalho, o homem de redação, acostumado a escrever sobre o papel, a participar fisicamente do ambiente com os colegas, a ver seu produto “realizado” como um objeto jornal, passa a se submeter à lógica imaterial da tecnologia (mais difundida nos meios visuais) e a se adaptar à completa volatilização do ambiente de trabalho, do seu trabalho e do produto final “jornal” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 36).

A questão da lógica imaterial da tecnologia também foi tratada por Flusser (2007), que viveu no Brasil entre os anos 1940 e 1972. Para o autor, a estrutura da arquitetura industrial tem mudado radicalmente em função dos aparelhos eletrônicos. Não somente pelo fato de que os aparelhos sejam mais adaptáveis ao uso – e por isso radicalmente menores e mais baratos do que as máquinas -, mas também por não serem mais uma constante em relação ao homem.

Fica cada dia mais evidente que a relação homem-aparelho é reversível, e que ambos só podem funcionar conjuntamente: o homem em função do aparelho, mas, da mesma maneira, o aparelho em função do homem. Pois o aparelho só faz aquilo que o homem quiser, mas o homem só pode querer aquilo de que o aparelho é capaz. Está surgindo um novo método de fabricação, isto é, de funcionamento: esse novo homem, o funcionário, está unido aos aparelhos por meio de milhares de fios, alguns deles invisíveis: aonde quer que vá, ou onde quer que esteja leva consigo os aparelhos (ou é levado por eles) e tudo o que faz ou sofre pode ser interpretado como uma função de um aparelho (FLUSSER, 2007, p. 41).

Nessa discussão sobre tecnologia, comunicação e homem, é essencial que retomemos o pensamento de McLuhan. Criticado por seus pares entre as décadas de 1950 e 1960, por ser percebido como um corpo diferenciado das conhecidas linhas de pensamento da teoria da comunicação (SAAD, 2012, p. 193-194), o autor teve uma visão antecipadora do que seria o mundo digital que vivenciamos agora. Já na década de 1960, McLuhan tratava dos meios de comunicação vinculados diretamente à dinâmica social, à produção de conhecimento e de significados das coisas. Também falava de redes e da relação entre comunicação e tecnologia. Para McLuhan (1964, p. 203), quando uma nova tecnologia é introduzida num ambiente social, ela não cessa de agir nesse ambiente até a saturação de todas as instituições.

Na visão macluhaniana, convergência dos meios seria uma espécie de guerra civil sobre as mentes da sociedade. “Na verdade, inter-relação entre os meios é um outro nome que podemos dar a essa guerra civil, que avassala tanto nossa sociedade quanto nossas mentes (MCLUHAN, 1964, p. 67). Segundo o autor, o cruzamento ou hibridização dos meios libera grande força ou energia, como por fissão ou fusão.

A hibridização ou combinação desses agentes oferece uma oportunidade especialmente favorável para a observação dos seus componentes e propriedades estruturais. “Assim como o filme silencioso reclamava o som, o filme sonoro reclama a cor”, escreveu Sergei Eisenstein, em suas Notas de um Diretor de Cinema. Esse tipo de observação pode ser estendido sistematicamente a todos os meios: “Assim como a imprensa clamava pelo nacionalismo, o rádio clama pelo tribalismo”. Esses meios, sendo extensões de nós mesmos, dependem de nós para sua inter-relação e sua evolução. O fato de que se inter-relacionem e proliferem em novas progênies tem sido causa de maravilha através das idades. Deixarão de nos espantar se nos dermos ao trabalho de inquirir sobre sua ação. Podemos até, se o quisermos, pensar as coisas antes de as produzirmos (MCLUHAN, 1964, p. 67-68).

As ideias de mídias sociais, participação e colaboração, valor da informação, em contraposição às resistências do próprio homem em olhar adiante e não para trás, estão todas expressas no pensamento mcluhaniano, conforme Saad (2012, p. 193): “McLuhan surge no momento pós-predomínio das teorias sobre indústria cultural e cultura de massa e insere nessas teorias o personalizado, o social e a relação global/local no processo comunicacional da sociedade”.

McLuhan já trabalhava com a concepção de que o planeta conectado não tem fronteiras, tampouco monopólios de conhecimento. O autor dizia que, a longo prazo, o meio era a mensagem. E confirmava essa visão histórica ao contextualizar que o meio impresso superou as principais formas de educação oral, criadas no mundo greco-romano e transmitidas por meio do alfabeto e dos manuscritos ao longo da Idade Média. Em poucas décadas, segundo McLuhan, o impresso acabou com um padrão de 2.500 anos. Atualmente, a monarquia do impresso acabou, e a oligarquia da nova mídia usurpou quase todo o poder daquela monarquia de 500 anos.

Para Saad, resgatar o pensamento de McLuhan hoje, principalmente entre os profissionais da indústria da mídia, é um exercício salutar de reciclagem e de liberação de restrições com relação ao processo de inovação e mudanças culturais em tempos de discussão sobre convergência jornalística. A autora explica que o momento que a indústria da informação vivenciou no final desta primeira década do século XXI tem poucas diferenças com episódios similares do passado, também por isso o pensamento de McLuhan permanece muito atual:

Os negócios no mundo hoje dependem do máximo de informações que o homem é capaz de produzir... não existem mais fronteiras entre o mundo dos negócios e as comunidades de produção de conhecimento. O mundo do trabalho demanda um saber enciclopédico. A ecologia é o reflexo de todas essas interconexões simultâneas de processos. Tal simultaneidade coloca a mais banal situação como de alta relevância. Em tais condições, as velhas formas de trabalho especializado perderam sentido. Só permanecem lógicas a velocidades muito baixas, inexistentes na velocidade eletrônica. Essa mudança no ritmo da produção analógica para a computacional tem sido ignorada, mas à medida que o

salto da vida em hardware para em software acelerar, os velhos padrões deixarão de ter significado (MCLUHAN, 1972, apud SAAD, 2012, p.191).

1.1.5 Jornalismo em Base de Dados

As bases de dados (BDs) são consideradas hoje como um aspecto singular no processo de convergência jornalística. Barbosa (2008) trabalha com a hipótese de que as bases de dados são agentes centrais para assegurar redações cada vez mais integradas e operando segundo a lógica de um jornalismo convergente. Entre as funções que as BDs desempenham, estão: sustentar a produção e a distribuição dos conteúdos; integrar distintas plataformas; gerenciar o fluxo de informação e o conhecimento nas redações; armazenar, classificar, relacionar, recuperar e apresentar conteúdos.

As BDs são elementos que estruturam a atividade jornalística em suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção e, como tal, são centrais no processo de convergência jornalística. Elas desempenham papel chave na integração das rotinas produtivas dos meios, bem como nas etapas de criação, edição e apresentação dos conteúdos, de distribuição, permitindo, ainda, a automatização dos processos e maior agilidade, pois facilita o trabalho dos profissionais, inclusive nos procedimentos de adaptação do conteúdo de um meio para outro. Além disso, as BDs são soluções essenciais para a gestão do fluxo informativo e do conhecimento nas redações multimídias integradas, para a interconexão entre distintas plataformas, entre outras funções específicas (BARBOSA, 2008, p. 5).

Os Bancos de Dados são apontadas por Manovich (2001), apud Machado (2004), como a forma cultural típica adotada pelos meios digitais para a organização das informações nas sociedades contemporâneas. Para Machado, a plena incorporação das organizações jornalísticas à lógica do ciberespaço depende de uma adequação de suas estruturas ao formato de Banco de Dados.

Segundo Bertocchi (2013, p. 96), o fluxo de trabalho habitual no jornalismo é o *print-centric*, ou seja, centrado no processo de publicação impressa e isso, no dia a dia, mostra que os jornais usam seus gerenciados de conteúdo como simples repositórios de dados. De modo geral, servem apenas para o fechamento da edição daquele dia, sem maior aproveitamento dos dados ou utilização dos mesmos em formatos distintos para diferentes fins.

Como alternativa a esse modelo, a autora lembra que os CMS (sistemas gerenciadores de conteúdo) já começam a ser pensados como uma ferramenta potente de criação e

reaproveitamento de conteúdos, menos como publicadores e mais como um gerenciamento do fluxo de trabalho entre diversos perfis profissionais.

Tem o lugar onde os repórteres escrevem histórias, os editores as editam e compõem manchetes, os especialistas em multimídia armazenam seus vídeos, os editores de mídia social e engajamento administram comentários e rankings, podendo já interagir com as redes sociais e sistemas (You Tube, Facebook, Tumblr, Twitter, Delicious, etc) (BERTOCCHI, 2013, p. 98).

Barbosa (2007, p. 193) define os sistemas de gestão de conteúdos como ferramentas ou sistemas de publicação cujo objetivo principal é facilitar o processo de redação, composição, edição e apresentação de todas as peças informativas, imagens fixas ou em movimento, áudios e infográficos, bem como a sua disponibilização pelos produtos digitais.

A criação de sistemas de gestão de conteúdo mais compatíveis com as características do jornalismo digital e mais afinados com as necessidades jornalísticas passou a ser efetiva há pouco mais de três anos, de modo mais sistemático. Antes disso, em geral, as empresas utilizavam ferramentas-padrão desenvolvidas comercialmente e que nem sempre atendiam aos propósitos do jornalismo (BARBOSA, 2007, p. 193-194).

Para o jornalismo digital, as Bases de Dados (BDs) são definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística. “Elas são o elemento fundamental na constituição de sistemas complexos para a criação, manutenção, atualização, disponibilização e circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos” (BARBOSA, p.214).

Ao incorporar as bases de dados na gestão dos produtos jornalísticos digitais, reforça a autora, as empresas têm a possibilidade de integrar as rotinas, da produção à pauta, à apuração, à elaboração dos textos, até a edição do material. De modo geral, conforme Barbosa (2007, p. 215-216), as BDs possuem as seguintes funções:

1. Indexar e classificar as peças informativas e os objetos multimídia;
2. Integrar os processos de apuração, composição e edição dos conteúdos;
3. Conformar padrões novos para a construção das peças informativas;
4. Agilizar a produção de conteúdos, em particular os de tipo multimídia;
5. Propiciar categorias diferenciadas para a classificação externa dos conteúdos;
6. Estocar o material produzido e preservar os arquivos (memória) assegurando o processo de recuperação das informações;
7. Permitir usos e concepções diferenciadas para o material de arquivo;

8. Garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos;
9. Gerar resumos de notícias estruturados e/ou matérias de modo automatizado;
10. Armazenar anotações semânticas sobre os conteúdos inseridos;
11. Habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento, seja por meio de técnicas estatísticas, seja por métodos de visualização e exploração como o *data mining*;
12. Ordenar e qualificar os colaboradores e “repórteres cidadãos”;
13. Orientar e apoiar o processo de apuração, coleta e contextualização dos conteúdos;
14. Regular o sistema de categorização das fontes jornalísticas;
15. Sistematizar a identificação dos profissionais da redação;
16. Cartografar o perfil dos usuários;
17. Transmitir e gerar informação para dispositivos móveis (celulares, computadores de mão, Ipods entre outros);
18. Implementar publicidade dirigida.

Ainda de acordo com Barbosa, a automatização dos sistemas de produção, composição, edição e circulação ocorre segundo três tipos: parcial, quando contempla algumas etapas do processo de produção jornalística; procedimental (nível intermediário), quando se tem mais etapas do processo jornalístico funcionando de modo automatizado; e total, quando os sistemas são totalmente automatizados, e ocorrem sem qualquer intervenção dos jornalistas (BARBOSA, 2007, p. 252).

Um exemplo de sistema gerenciador de todas as etapas de produção em uma redação integrada é apontado por Silva (2013, p. 101). Para dar conta das dinâmicas que perpassam multiplataformas, as redações integradas de *O Globo* e *Extra*, da Infoglobo, no Rio de Janeiro, adotaram o sistema *NewsGate*, em 2011. O gerenciador funciona de forma a possibilitar um trabalho coordenado para o controle da entrada de conteúdos (no “*story folder*”) e a saída da produção com vistas à multiplataforma e de modo integrado, orgânico e automatizado. Antes o processo era realizado de forma manual e lenta. Segundo Silva, num cenário de diversos projetos em andamento ou implantados em termos de convergência e de integração de redações, esse tipo de sistema se torna mais relevante para o processamento das demandas no fluxo de trabalho, dentro das redações e para trabalhos externos.

Já relatado neste capítulo, também temos a experiência do jornal *A Tarde*, cujo departamento de Tecnologia da Informação criou uma ferramenta que suportasse as ações de produção integrada e o controle do fluxo informativo; o *Good News*, um Sistema Centralizado de Produção Integrada.

O grupo *Abril* conta com uma plataforma de integração de conteúdo denominada Alexandria. O maior desafio do sistema, segundo relato de Daniela Bertocchi e Elizabeth Saad, durante o Colóquio Iberoamericano de Jornalismo Digital¹⁵, em 2012, era reunir todos os diferentes sistemas das mais de 50 revistas da editora em uma única plataforma “inteligente”, baseada em princípios de “web semântica”. Para que o sistema funcione, era preciso que o jornalista “marque” cada conteúdo que produz, mas isso geralmente esbarra na falta de uma cultura jornalística para compreender o software e exercer essa função.

Segundo Bertocchi (2013), o *The New York Times* optou por criar uma solução própria de integração de sistemas e, para isso, contou com desenvolvedores da Automattic. A solução leva o nome de ICE (*Integrated Content Editor*) e permite que repórteres e editores criem e acompanhem mudanças realizadas no texto por profissionais da redação. Além disso, a ferramenta dialoga com uma variedade de editores de texto e pode ser usada por jornalistas do impresso e pelos profissionais dedicados às produções online. “Trata-se de um monitoramento (*track*) de mudanças e revisões de redação, construído em *javascript* e que, segundo apurado, tem sido aplicado com sucesso nos artigos da redação. O ICE tem a facilidade de ser usado em ‘linha’ na própria tela do navegador do jornalista” (BERTOCCHI, 2013, p. 99).

Ainda segundo descrição de Bertocchi, a solução comporta-se como uma edição de colaboração em tempo real, semelhante ao que se pode fazer com *Google Docs*. Para o jornalista Steve Myers, do site Poynter, apud Bertocchi, o *Times* conseguiu combinar a ubiquidade e a facilidade de uso dos editores de texto baseados em navegadores web com a escalabilidade que os sistemas de processamento de texto de jornal demandam:

Na análise de Steve Myers, o ICE irá promover uma mudança cultural na Redação, pois os profissionais passam a observar, na prática do seu dia a dia, que não existe separação entre produzir para o jornal em papel ou para a web. De fato, importa notar que a

¹⁵ 5º Colóquio Iberoamericano de Jornalismo Digital debate desafios tecnológicos nas redações
Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/00-9890-5%C2%BA-coloquio-iberoamericano-de-jornalismo-digital-debate-desafios-tecnologicos-nas-redacoes>

ferramenta propõe que o jornalista pense em sua produção noticiosa independentemente se ela terá saída em papel ou via web (BERTOCCHI, 2013, p. 100).

1.1.6 Cenário convergente e jornalismo móvel

As práticas de acesso propiciadas pelos dispositivos móveis estão fazendo emergir um novo espaço social de misturas entre o virtual (o ciberespaço) e os ambientes físicos em que nosso corpo circula (SANTAELLA, 2010, p. 115).

Para Santaella (2010, p. 78), se a convergência em si mesma significa ação ou processo baseado no movimento em direção a um ponto comum, a convergência é inseparável da mobilidade.

Esta é uma palavra-chave evocativa das sociedades contemporâneas nas quais fluxos, mobilidades e hibridações se configuram como dimensões centrais de um novo paradigma. Não faltam exemplos de como a convergência e a mobilidade caminham de mãos dadas. A distinção entre tecnologias móveis e fixas tende a borrar-se porque os padrões de uso envolvem tanto a mobilidade quanto a estabilidade (SANTAELLA, 2010, p. 78).

A autora considera que a ubiquidade convergente tem no celular o exemplo-mestre pela disponibilidade constante que ele torna possível: “Estar aqui e lá, desempenhar múltiplas tarefas ao mesmo tempo, distribuir nossa atenção entre diferentes mídias e rotinas de comunicação é uma experiência cotidiana para um número crescente de pessoas” (SANTAELLA, 2010, p. 78).

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015¹⁶, o uso de aparelhos celulares como forma de acesso a internet já compete com o uso de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. O estudo mostra que o uso de redes sociais influencia esse resultado. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), WhatsApp (58%) e o Youtube (17%).

Santaella (2010) trabalha com os conceitos de mídias móveis e mídias locativas como expressões sinônimas, referindo-se a um conjunto de tecnologias que se constituem em um sistema aberto e dinâmico com todas as características dos sistemas complexos: fluxos caóticos, turbulência, instabilidade, mas também emergência, adaptação e auto-organização.

¹⁶ Disponível em <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

Essas mídias são os *palmtops* e os celulares multifuncionais de terceira geração que, de acordo com Lemos (2004b), transformaram-se em um teletudo para a gestão móvel e informacional do cotidiano, verdadeiros controles remotos no comando da vida diária. Conectados à internet por meio de redes sem fio (*Wi-fi*, *Wi-Max* e *Bluetooth*), à TV digital por meio da tecnologia HSPA (*high speed packet access*), às redes de satélites por meio de dispositivos como GPS e as etiquetas de identificação por radiofrequência (RFID) e sensores, os celulares passaram a ser, como quer Lemos (2007, pp.25-26), “os dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes”. Aliam, assim, “a potência comunicativa (voz, texto, foto, vídeos), a conexão em rede, a mobilidade por territórios informacionais”, ou seja, áreas de controle do fluxo informacional entre o ciberespaço e o espaço urbano “reconfigurando as práticas sociais de mobilidade informacionais pelos espaços físicos da cidade” (SANTAELLA, 2010, p. 151).

O uso cada vez mais popular das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), seja como captador, seja como reproduzidor de informação, afeta o campo do jornalismo, provocando situações que inovam, modificam e questionam o fazer jornalístico (MIELNICZUK, 2013). Na visão de Silva (2013), a introdução das tecnologias da mobilidade se caracteriza no âmbito das rotinas produtivas contemporâneas interferência no sentido de redimensionamento das funções exercidas, da dinâmica das narrativas construídas sob a égide da mobilidade e o surgimento de novos meios e modos de emissão ou de distribuição das notícias de forma expandida.

Ao longo da história das reportagens jornalísticas, principalmente de guerras e conflitos bélicos, as inovações tecnológicas têm colaborado na divulgação das narrativas. Conforme Silva, desde a Guerra Civil Americana no século XIX, com o uso do telégrafo, até os conflitos mais atuais, com o uso do videofone na Guerra do Afeganistão, em 2001, e Guerra do Iraque, em 2003, passando pela transmissão em *streaming* por celular de manifestações políticas, atentados e acidentes com a utilização da tecnologia 3G, a comunicação móvel está em destaque e ganha plena visibilidade.

A prática jornalística se reconfigura, no entendimento de Silva, com as novas ferramentas, na medida em que um repórter não precisa retornar à redação para entregar o resultado da pauta. Ele pode utilizar um celular ou um notebook, capturar imagens e vídeos, editá-los e enviá-los do local do acontecimento para a redação ou diretamente para um site ou portal, bem como realizar transmissões ao vivo de um celular.

Entre estas tecnologias da mobilidade estão *smartphones*, *palmtops*, *notebooks*, *mini-laptops*, celulares, PDA's, gravadores e câmeras digitais, aplicativos portáteis como pen drive e similares; enquanto que as conexões sem fio são formadas por *Wi-Fi*, *WiMax*, *Bluetooth* e tecnologia de terceira geração 3G. Deste conjunto de aplicações surgem novas práticas e configurações relacionadas às rotinas produtivas dos jornalistas, às formas de produção e distribuição de conteúdos por multi-plataformas, principalmente

via celulares como dispositivos híbridos (LEMOS, 2007; LEVINSON, 2004; GOGGIN, 2006) que reúnem uma série de funções e ferramentas como câmeras embutidas, *browser* de internet, editores de texto, áudio, vídeo e múltiplas conexões (SILVA, 2008).

A esse tipo de jornalismo, Silva (2013) adota a nomenclatura “jornalismo móvel digital”:

(...) especifica a utilização de tecnologias móveis digitais e de conexão de rede sem fio na prática jornalística contemporânea visando o desenvolvimento das etapas de apuração, produção e distribuição de conteúdos de campo. Nesta instância o conceito dialoga com os processos de convergência jornalística em curso nas organizações e com a expansão da mobilidade e sua natureza física e informacional proporcionada aos repórteres. Grosso modo, jornalismo móvel digital incorpora o “móvel” de mobilidade e o “digital” da digitalização do aparato técnico utilizado para conferir uma nova dinâmica nas rotinas produtivas do jornalismo (SILVA, 2013, p. 42).

Silva destaca que o jornalismo móvel não é característica própria dos tempos atuais, visto que a relação entre jornalismo e mobilidade existe desde a própria existência do jornalismo como prática de coleta e transmissão de informação. O autor chama a atenção, no entanto, para o fato de que a configuração atual, movida pela estrutura móvel de comunicação, rompe com um sistema tradicional porque pela primeira vez permite a emissão de conteúdo em mobilidade, a partir de um dispositivo móvel, portátil e com conexão online. Esse fenômeno propicia uma reconfiguração do jornalismo, principalmente com mudanças no deadline, nas rotinas de trabalho e, como consequência, com reflexos no perfil profissional e nos produtos jornalísticos gerados sob essas novas condições (SILVA, 2008).

Para Nunes e Silva (2012, p.3), a aderência do jornalismo ao campo do digital e da mobilidade expandida é a confirmação de que novas configurações aportam com alterações nos modos de fazer e de receber conteúdos. Os autores destacam que “a práxis do jornalismo digital ganhou estímulo e complexidade com as infinitas possibilidades de gerir e gerar as informações na era da mobilidade”. Nunes e Silva consideram que os dispositivos móveis se tornaram aliados essenciais na rotina, nas redações e na vida dos jornalistas, especialmente naqueles que atuam com o perfil polivalente, concentrando habilidades consideradas múltiplas na adaptação móvel e convergente.

A convergência jornalística opera no espaço dinâmico da ubiquidade na medida em que os meios de tráfego pertencentes ao registro *in loco* de um fato é a condição comunicativa que garante a operação modernizada do exercício jornalístico. Na composição dessa atividade, é adquirido um desempenho de improvisação que conduz o jornalista a um patamar de narração instantânea da notícia, com o domínio tanto das ferramentas de tecnologia em conexão móvel como as características peculiares

inerentes a essa nova modalidade comunicativa como conglomerados informativos (NUNES E SILVA, 2012, p.5).

Barbosa e Seixas (2013, p. 60-61) registram algumas experiências de jornalismo móvel no Brasil: o jornal *Extra*, do Rio de Janeiro, com o chamado “Repórter 3G”; o portal www.oglobo.com.br que incorporou práticas do jornalismo móvel na seção “Eu-repórter” e também incentiva o uso do celular na rotina dos repórteres para que possam dar as primeiras informações sobre os assuntos que estão apurando; e o jornal *A Tarde*, da Bahia, que lançou em 2009 o “Mobi a Tarde”, montando equipe exclusiva, tendo como apelo forte a informação de serviço. Também o Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, de Pernambuco, adotou alguns produtos com estratégia voltada para a área Mobi, como sites e aplicativos.

Em outro texto, Silva (2013) cita vários autores (SCOLARI; MICÓ SANZ; GUERE; PARDO KUKLINSKI, 2008) para destacar que a questão da mobilidade dentro do jornalismo móvel vincula-se diretamente ao processo de convergência jornalística nas redações com a produção multi-suporte, “para a qual as tecnologias móveis digitais ocupam um importante papel como plataformas de produção e para o fluxo informacional, essencialmente nas redações integradas com o exercício da multitarefa ou polivalência identificadas nas atividades dos repórteres”.

Sant’anna (2008), apud Silva (2013), explora os desdobramentos sobre a qualidade da notícia quando da prática do jornalismo em mobilidade, a partir do conjunto de tecnologias locativas que equipam os repórteres em suas rotinas:

No campo mais específico do ofício de jornalista, a possível combinação de ferramentas de apuração também produz um inquietante desafio. Os novos meios convergentes demandam notícias em forma de texto, fotografia, vídeo e áudio. A digitalização de gravadores e câmeras permite a mescla dessas linguagens no ato da apuração pelo repórter. A prática de alguns meios digitais de encarregar seus repórteres de voltar para a redação com conteúdos em mais de uma linguagem deu origem à expressão “jornalista de mochila”, e a questionamentos sobre a possível queda de qualidade na apuração jornalística, dada a sobrecarga de tarefas e de preocupação com aspectos técnicos, por mais simplificadas que sejam a operação dos novos aparelhos digitais (SANT’ANNA, 2008, apud SILVA, 2013, p.105).

No próximo capítulo, após termos visto a apresentação do fenômeno da convergência de mídias (e, notadamente, da convergência jornalística, com seus reflexos nas empresas e na *práxis* dos profissionais da comunicação), iremos detalhar a construção metodológica do nosso objeto empírico.

2 OS CAMINHOS DA PESQUISA

Neste capítulo serão expostas as opções realizadas para o desenvolvimento desta pesquisa, com a apresentação do percurso metodológico e as estratégias de investigação definidas. Além de uma revisão bibliográfica, para se atingir os objetivos do estudo, foi realizada uma escolha de objeto empírico que contempla a Rede Paraíba de Comunicação, como parte da observação da atividade jornalística convergente (meio impresso, online e TV) na prática.

Muitas vezes relegado a segundo plano na pesquisa em jornalismo – “o que é um paradoxo se levarmos em consideração que o mesmo ainda luta para consolidar-se como um campo específico da ciência”, conforme avalia Strelow (2010) – o método é definidor dos rumos e do resultado da investigação científica. Para a autora, quando transformados em objeto de pesquisa, os produtos jornalísticos, aparentemente tão definitivos e estanques, revelam-se vivos e repletos de histórias a serem descobertas por detrás da palavra enunciada.

Objeto multifacetado que é, o jornalismo exige um arsenal qualificado de ferramentas para sua análise. A metodologia mais adequada para o trabalho diz respeito não somente ao veículo em si, mas também ao perfil do próprio pesquisado (STRELOW, 2010, p. 14).

Também Alsina (2009, p.24) compreende que é o objeto que determina o método mais conveniente para a pesquisa. O autor defende a tricotomia dos métodos nas ciências sociais e relaciona as teorias da comunicação ao emprego de três correntes metodológicas: positivista, interpretativa e crítica. Ele destaca que tais classificações não devem ser compreendidas como barreiras intransponíveis e, sim, uma tentativa de organizar o conhecimento: “Isso quer dizer que, em certas ocasiões, entre as diversas metodologias existem pontos em comum e semelhanças ou as diferenças são simplesmente um problema de intensidade da característica” (ALSINA, 2009, p.24).

Fundamentada no determinismo, a metodologia positivista é a mais próxima das ciências naturais, pois pretende estabelecer uma série de hipóteses que devem ser confrontadas de forma empírica. Não se trata, no entanto, de apenas verificar as hipóteses para descrever ou explicar a realidade analisada, uma vez que existe uma intenção antevista. É como a própria máxima positivista estabelece: “Saber para prever, prever para poder”. Ou seja, em último caso, existe um desejo de prognóstico para poder controlar os fenômenos sociais. Alsina aponta que as técnicas

usuais da metodologia positivista são os testes, os estudos de laboratório, as enquetes, a observação sistemática e a análise de conteúdo.

Em relação à metodologia interpretativa – que algumas vezes é chamada de hermenêutica –, temos que sua fundamentação está baseada nas letras, ainda que também leve em consideração a sociofenomenologia e a semiótica. Esse tipo de metodologia procura descobrir o significado das ações sociais. Alsina explica que, nesse caso, um acontecimento em si mesmo não é tão importante, o mais importante é o que os agentes sociais interpretam o que ele é. Citando Orozco (1996), Alsina arremata: “Não se trata tanto de chegar a um conhecimento objetivo, mas a um conhecimento consensual” (2009, p. 27).

Na metodologia interpretativa, busca-se uma compreensão global dos fenômenos e das situações analisadas. O método utiliza a via indutiva, os conceitos e a compreensão da realidade. Com base na informação, as interpretações são elaboradas e “cria-se um clima social adequado para que as pessoas possam responder com fidelidade segundo suas experiências e vivências, levando em conta a idiosincrasia dos fenômenos e o contexto das situações (DEL RINCÓN et al, 1995, apud ALSINA, 2009, p.28). A metodologia interpretativa adota como principais técnicas, a observação participativa, os estudos laboratoriais, as histórias de vida, as entrevistas em profundidade e a análise discursiva.

Para Neuman, apud Alsina, a “aproximação interpretativa é a análise sistemática do significado da ação social”, por meio da observação direta das pessoas no seu espaço natural com vistas a compreender e interpretar como as pessoas criam e mantêm seus mundos sociais. Relacionando as teorias da comunicação à metodologia interpretativa, incluem-se a escola de Palo Alto¹⁷, o interacionismo simbólico, o construcionismo e a etnometodologia.

A principal crítica a essa metodologia, porém, é o seu caráter subjetivo:

Diz-se que o caráter de compilação da informação é pouco confiável, porque as pessoas podem dar dados incompletos ou porque o pesquisador pode dar uma visão de viés da

¹⁷ Nos anos 1940, um grupo de pesquisadores americanos oriundos de diferentes áreas do saber (antropologia, linguística, sociologia psiquiatria etc) toma um rumo contrário aos dos estudos vigentes, ao propor que a comunicação deve ser estudada a partir de um modelo próprio das ciências humanas. A ideia surge em oposição aos dois modelos predominantes na época: de um lado, o império dos meios de comunicação de massa sobre os indivíduos alienados em massas amorfas, elaborado pela teoria hipodérmica de Laswell e, do outro lado, o modelo circular e retroativo da cibernética de Wiener, concebida por engenheiros das telecomunicações. A escola de Palo Alto abandona o processo descritivo da comunicação, inserindo a informação no mundo vivido: a comunicação como processo permanente que integra múltiplos modos de comportamento como a fala, o gesto, o olhar, o espaço interindividual. Para a escola de Palo Alto, as linguagens informais - modos de amizade, negociação, acordos, modos de perceber o tempo e o espaço - estão na base das transformações culturais.

realidade. E embora a generalização não seja um dos objetivos da metodologia interpretativa, o positivismo considera que o particular não cria a ciência, e portanto questiona a cientificidade dessa metodologia (ALSINA, 2009, p.28).

Para fechar o tripé de métodos enunciado anteriormente, a partir da proposição de Alsina, abordamos agora um pouco sobre a metodologia crítica, que é focada na ideologia. Esse método pretende ampliar a consciência crítica das pessoas face os interesses políticos particulares das ideologias dominantes. “A metodologia crítica é basicamente uma reflexão racional que procura trazer à tona a distorção que a ideologia, que é tida como falsa consciência, gera na concepção da realidade das pessoas” (ALSINA, 2009, p. 28).

As técnicas mais usadas para esse método são a observação da realidade social, as histórias de vida, as entrevistas em profundidade e a análise discursiva. Dentre as críticas feitas a essa metodologia, encontram-se: o fato de a mesma possuir tendências políticas; estar baseada em determinados valores; e que de fato é intervencionista na realidade social. Em resumo: tudo colabora para que esse método perca a objetividade e a neutralidade. Relacionando com as teorias da comunicação, temos a Escola de Frankfurt¹⁸, os estudos de economia política e os estudos culturais. Nesse último caso, também podem se enquadrar na metodologia interpretativa.

2.1 A opção pelo estudo de caso

Como modelo conceitual e operativo, optamos pelo método estudo de caso, considerado como o mais apropriado para a investigação de fenômenos contemporâneos dentro do seu contexto real. “Além disso, o estudo de caso está dentre os mais usados nas pesquisas em comunicação (LOPES, 2001), sendo o mais adequado para pesquisas exploratórias” (BARBOSA, 2007, p 39).

O modelo é considerado um tipo de análise qualitativa dentro de um contexto da vida real, pois se trata, na verdade, de uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto evidente. Além disso, abre espaço para que múltiplas fontes de evidência

¹⁸ Embora popularizada, a expressão Escola de Frankfurt não deixa de ser uma espécie de “etiqueta”, uma denominação retrospectiva - segundo o Dicionário da Comunicação (Ciro Marcondes Filho, org.) - para o grupo de intelectuais marxistas alemães que fundaria, alguns anos depois da criação do Instituto de Pesquisa Social, a chamada Teoria Crítica. A Escola de Frankfurt deu início, oficialmente, aos estudos de comunicação de massa na cultura ocidental, num quadro marcado pela irrupção dos *mass media* na vida social, contexto que provocaria uma grande virada no pensamento filosófico. Dentre as principais obras, estão: *Dialética do Iluminismo* (Horkheimer e Adorno); *Eclipse da Razão* (Horkheimer); *Dialética Negativa e Teoria Estética* (ambas de Adorno).

sejam utilizadas, como documentos, artefatos, entrevistas e observações. O método do estudo de caso tem como objetivo não a quantificação ou a enumeração, mas a descrição detalhada, a classificação, o desenvolvimento teórico e o teste limitado da teoria. Em resumo, com a adoção dessa metodologia, tem-se como foco a compreensão do fenômeno.

Nos estudos exploratórios, assinala Barbosa (2013, p. 213), o investigador desenvolve, esclarece ou modifica conceitos e ideias com o objetivo de gerar hipóteses sobre assuntos pouco conhecidos, que serão pesquisados em estudos posteriores. A autora também justifica que o estudo de caso é uma estratégia muito adequada para tais propósitos, por ser um método útil para a análise de problemas práticos, situações ou acontecimentos que surgem na contemporaneidade.

A realização de estudos de caso, como o proposto nesta pesquisa, tem sido uma ferramenta adequada para abordar a análise de fenômenos complexos como a convergência jornalística, uma vez que exige a aplicação de vários métodos, como a observação direta, entrevistas em profundidade e análise de documentação interna das organizações.

Para Singer (apud SILVA, 2013), as consequências das mudanças nas redações convergentes impactam também a pesquisa e sua condução tendo em vista que o reposicionamento (técnico, funções e fluxos de produção) das redações indica a necessidade de redirecionamento metodológico e de estratégias para exploração das novas nuances trazidas pela convergência jornalística.

A convergência das redações oferece um estudo de caso para o valor do estudo de caso: é um tema adequado para exploração através de métodos etnográficos que podem ser cruzados e combinados com observação participante, entrevistas em profundidade, análises de documentos e pesquisas de sondagens (SINGER, 2008, apud SILVA, 2013, p. 83).

Dentre as limitações do método, porém, está o fato de o estudo de caso fornecer pequena base para generalizações científicas a partir de um caso específico ou mesmo de alguns casos. Isso porque não se constitui em amostra da população ou universo; desse modo, os resultados da pesquisa são válidos apenas para o caso em questão. Fazendo referência a Triviños, Barbosa (2013, p. 213) pontua que o valor desse tipo de estudo de natureza descritiva está “em fornecer conhecimento aprofundado de uma realidade delimitada, cujos resultados atingidos podem permitir e formular hipóteses para o encaminhamento de outras pesquisas”.

Gómez, Flores e Jimenez (1996) sugerem que o pesquisador, para atingir os objetivos desejados nos estudos de caso, detenha sua atenção para o caráter peculiar, subjetivo e

idiossincrático, antes mesmo de querer se preocupar com o caráter representativo do caso a ser escolhido. Isso porque a potencialidade de um caso oferece seu caráter próprio.

Os autores propõem uma classificação dos estudos de casos, dividida em “estudo de caso único” e de “casos múltiplos”. Dentre os estudos de caso único, temos os seguintes modelos:

1. Histórico Organizativo – Ocupa-se com a evolução de uma instituição;
2. Observacional – Apoia-se na observação participante como principal técnica de coleta de dados;
3. Biografia – Busca, através de extensas entrevistas com uma pessoa, produzir uma narração em primeira pessoa;
4. Comunitário – Centra-se no estudo de um bairro ou comunidade de vizinhos;
5. Situacional – Estuda um acontecimento, a partir da perspectiva dos envolvidos no mesmo;
6. Microetnografia – Ocupa-se de pequenas unidades ou atividades específicas de uma organização.

Em relação a estudos de casos múltiplos, encontra-se a “comparação constante”. Esse modelo possibilita – como a própria denominação antecipa – estabelecer comparações entre dois contextos diversos. No enfoque comparativo, tem-se o enriquecimento da pesquisa qualitativa, principalmente se a mesma ocorre na perspectiva histórico-estrutural.

Para facilitar a decisão na escolha do caso ou casos de estudo, apresenta-se uma série de itens a serem observados: ser um caso de fácil acesso; existir alta probabilidade de apresentar processos, programas, pessoas, interações e/ou estruturas relacionadas às questões de investigação; ser possível de estabelecer uma boa relação com os informantes; ser possível desenvolver as atividades previstas no tempo necessário e ter certeza da qualidade e credibilidade do estudo (GÓMEZ; FLORES; JIMENEZ, 1996, p. 4). Na decisão pelo estudo de caso na Rede Paraíba de Comunicação, ainda consideramos o que sugere Angrosino (2009, p. 49): escolha um campo com mínimo de obstáculos “de acesso”; escolha um campo no qual você não se torne um fardo para a comunidade.

Em relação ao trabalho de campo, Gómez, Flores e Jimenez deixam claro que o investigador deve estar preparado para confiar no cenário; ser paciente e esperar que seja aceito pelos informantes; ser flexível e ter capacidade de adaptação; e ser persistente, pois a investigação se faz passo a passo: os dados se contrastam uma e outra vez, se verificam e se

comprovam (GÓMEZ; FLORES; JIMENEZ, 1996, p. 4-5).

Como se trata de um estudo de caso, optamos por combinar procedimentos quantitativos e qualitativos para compreender e conceituar o processo de produção jornalística. Para a melhor observação das marcas da convergência jornalística no Núcleo Integrado Esportivo (NIE) da Rede Paraíba de Comunicação, a opção foi pela abordagem do *newsmaking*. Tal hipótese está relacionada à sociologia do jornalismo e “dá ênfase à produção de informações, ou melhor, à potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícias”. (HOHLFELDT, 2008, p. 203).

Pesquisas de *newsmaking* trabalham com a prática da coleta de dados por meio da observação sistemática de tudo o que acontece no ambiente adotado como objeto de estudo, desde conversas informais a entrevistas estruturadas com os profissionais selecionados. Nesse aspecto particular, tivemos como avaliar a cultura profissional e a organização do trabalho e do processo produtivo de uma redação integrada, nas plataformas de televisão, internet e jornal impresso.

Nos estudos de *newsmaking*, conforme Vizeu (2008), um dos maiores desafios a ser vencido pelo pesquisador diz respeito aos aspectos metodológicos. Para o autor, a questão central é como desenvolver um plano de pesquisa que proporcione rigor na obtenção e coleta de dados fundamentais para os trabalhos sobre as práticas dos jornalistas nas redações.

Não há uma receita nem fórmula mágica para resolver o problema. Há mais de dez anos (PEREIRA JUNIOR, 1995) desenvolvendo pesquisas nesse campo consideramos que uma das principais pistas a seguir é realmente a observação-participante, com a realização de entrevistas, com base no referencial teórico mobilizado para a pesquisa e com os objetivos a serem seguidos (VIZEU, 2008, p.233).

O autor defende que a abordagem etnográfica permite uma observação coerente e consistente sobre as práticas sociais que resultam em produções culturais. “Na falta de um conceito mais efetivo para darmos da observação participante no dia-a-dia das redações propomos a noção provisória de *etnojornalismo*, observação sobre as práticas jornalísticas que resultam num produto chamado notícia” (VIZEU, 2008, p. 233).

Como técnicas de investigação de campo, foram adotadas a observação direta dos processos de produção (feita na maior parte do tempo de forma espontânea e de modo sistematizado durante cinco dias, incluindo uma noite) e a aplicação de questionário com perguntas fechadas e abertas. Além disso, também adotamos a realização de entrevistas em

profundidade, posteriormente complementadas com uma análise dos enunciados. As fontes foram selecionadas não de forma aleatória, mas com vistas ao conteúdo que se desejava obter e de acordo com a função que o entrevistado exerce nos veículos analisados. Além disso, também realizamos pesquisas no acervo digital do *Jornal da Paraíba*, no portal *Globoesporte.com/pb* e no site das TVs *Cabo Branco* e *Paraíba*.

As pesquisas no campo do *newsmaking* exigem a chamada *pesquisa participante*, ou seja, o pesquisador junta-se à equipe pesquisada, mas não faz parte dela propriamente, pois ali se encontra provisoriamente, o tempo necessário para desenvolver seus estudos, sob pena de também envolver-se com os valores do grupo estudado. Os dados são colhidos por *observação sistemática e diretamente* pelo pesquisador junto aos pesquisados, quer verbalizando e conscientizando as práticas observadas já no momento em que elas ocorrem, levando pesquisador e pesquisado a um debate e a uma conscientização, quer apenas observando e registrando os procedimentos, sem neles interferir diretamente (HOHLFELDT, 2008, p. 206-207).

Segundo Strelow (2010, p. 25), a entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte: “Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para a compreensão de uma situação ou estrutura de um problema”.

Duarte (2006) explica que, entre as principais qualidades dessa abordagem está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Além disso, não se espera dessa técnica quantificação ou representação estatística. Conforme o autor, nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processo e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas.

Por meio da entrevista em profundidade é possível, por exemplo, entender como produtos de comunicação estão sendo percebidos por seus funcionários, explicar a produção da notícia em um veículo de comunicação, identificar motivações para uso de determinado serviço, conhecer as condições para uma assessoria de imprensa ser considerada eficiente, identificar as principais fontes de informação de jornalistas que cobrem economia. Permitiria saber os motivos pelos quais determinadas fontes jornalísticas são as mais (ou menos) utilizadas, como são acessadas, dificuldades, problemas, vantagens e desvantagens. Saber como e por que as coisas acontecem é, muitas vezes, mais útil do que obter precisão sobre o que está acontecendo (DUARTE, 2006, p.63).

Angrosino (2009) considera que os pesquisadores em si são uma parte importante do processo de pesquisa, seja em termos de sua própria presença pessoal na condição de

pesquisadores, seja em termos de sua experiência no campo e com a capacidade de reflexão que trazem ao todo, como membros do campo que será estudado. Para o autor, “observação é o ato de perceber as atividades e os inter-relacionamentos das pessoas no cenário de campo através dos cinco sentidos do pesquisador” (2009, p.56). Dito isso, a depender da postura relatada na pesquisa em campo, Angrosino diferencia quatro categorias de observador, com base em conceituações formuladas por Gold (1958):

1. Observador invisível – o etnógrafo fica distante do cenário estudado, invisível à visualização dos participantes que são alvo da pesquisa, com a intenção de não ser percebido mesmo no processo de coleta de dados;
2. Observador-como-participante – o pesquisador passa breves períodos em um lugar, realiza entrevistas a partir das observações. Ele é conhecido pelos participantes da comunidade, mas fica claro seu relacionamento com os mesmos apenas como pesquisador;
3. Participante-como-observador – ao contrário do caso anterior, o pesquisador está mais integrado ao grupo pesquisado e com um envolvimento maior com as pessoas, mas mesmo assim ainda fica clara sua condição de pesquisador naquele lugar estudado;
4. Participante totalmente envolvido – como o próprio nome sugere, o pesquisador está envolvido com as pessoas e o cenário de estudo e as atividades desenvolvidas de forma que a compreensão, ou percepção de sua condição de pesquisador desaparece.

O que justifica a aplicação da entrevista como metodologia nas Ciências sociais, segundo Pereira (2014, p. 2), é o fato de que as narrativas individuais podem se reveladoras de aspectos da cultura, das normas institucionais e das estruturas de uma sociedade. Fazendo remissão a Heniz & Krüger (2001, p.33), o autor reforça que as entrevistas revelariam ainda “a forma como as pessoas buscam lidar com seus problemas em situações concretas”.

Compreendendo o desafio de utilizar uma técnica usualmente adotada por jornalistas em um estudo vinculado ao campo da comunicação, surgem várias questões: “Que tipo de precaução o pesquisador deve tomar ao entrevistar jornalistas? Existem especificidades nas entrevistas de pesquisa feita por jornalistas? Ou é possível partir dos mesmos pressupostos que permeiam as investigações em Ciências Sociais?” (PEREIRA e NEVES, 2013, p. 36). Sobre esses questionamentos, iremos tratar no próximo tópico.

2.1.1 Metodologia para análise de entrevista de pesquisa com jornalistas

Um jornalista-pesquisador analisando as falas de outro jornalista. O que pode advir desse momento? Pereira (2014) propõe uma metodologia específica para análise de entrevista com jornalistas, na qual buscamos inspiração. Ao retomar a discussão sobre o estatuto concedido aos dados gerados por meio dessa prática de investigação, o autor avança na definição de recursos e estratégias de confrontação, triangulação e objetivação desses relatos.

Citando Poupart (2008), Pereira explica que, nesse processo, o entrevistado busca reconstruir sua experiência em vista de si, do entrevistador e de um público (real ou imaginário).

As situações narradas, as avaliações que o entrevistado faz sobre a sua trajetória e sobre o jornalismo não podem ser tomadas ingenuamente como “fatos objetivos”. E o processo de interpretação e produção de inferências e generalizações a partir de entrevistas deve ser (re)contextualizado, de forma a resituar o discurso individual às suas condições de produção. Nesse caso, a opção metodológica seria a de complementar, confrontar, enriquecer as ocorrências narradas (PEREIRA, 2014, p. 52).

Seguindo o que propõem Pereira e Neves (2013), consideramos a entrevista como uma interação simbólica, uma situação em que se negociam pontos de vista, sentimentos e motivação, interpretações sobre o mundo, estatura e identidades sociais. Para os autores, “o relato de uma conversa entre entrevistador e entrevistado consiste no resultado de um processo de negociação entre os participantes da interação” (PEREIRA e NEVES, 2013, p.37).

Tal relato revela um processo de dupla interpretação em que pesquisador e informante se avaliam e interpretam o sentido dos discursos articulados. Isso ganha uma conotação particular entre pesquisador e jornalista, explicam os autores, visto que os dois dominam a técnica de entrevista e conhecem o trabalho um do outro. E exige atenção tanto na condução da entrevista quanto na análise dos dados:

Muitas vezes, trata-se de buscar a compreensão de aspectos considerados pouco importantes pelo entrevistado. Ou de levá-lo a refletir sobre a sua prática, sua identidade em um contexto da interação com o pesquisador. Nesse caso, as condições de realização da entrevista – os estatutos e papéis sociais envolvidos, as condições de emissão do discurso de jornalista – devem ser consideradas tanto na condução da interação como na análise dos dados (PEREIRA e NEVES, 2013, p. 38).

Visando ao momento de análise dos enunciados, Pereira (2014) ainda sugere que o pesquisador deva empreender um esforço de desconstrução do discurso do jornalista entrevistado, contextualizando sua narrativa, por exemplo, em uma grade analítica teoricamente fundamentada

ou se utilizando de dados empíricos de outras pesquisas sobre temas correlatos. Em um texto de 2013, assinado em parceria com Neves, o autor orienta sobre o que deve ser feito após a conclusão das entrevistas com jornalistas:

Finalizada a entrevista, inicia o processo de análise dos resultados e redações do relato de pesquisa. Nesta etapa, é importante fugir da tentação de considerar os depoimentos como dados neutros, ou se apropriar de trechos mais contundentes da entrevista como se fossem as famosas “aspas” da matéria jornalística. O relato de uma entrevista deve ser entendido como um discurso produzido sob condições específicas, e que deve ser analisado como tal (PEREIRA e NEVES, 2013, p.45).

A partir daí, Pereira e Neves esclarecem que os elementos que compõem uma situação de interação devem ser recuperados durante a análise dos enunciados. Como exemplo, eles citam: o local onde a entrevista foi realizada; as intervenções feitas ao pesquisador e as reações (verbalizadas ou não) do entrevistado; o papel atribuído ao pesquisador; o emprego de certas palavras; mudanças no tom de voz e o tempo destinado ao tratamento de determinados assuntos (PEREIRA e NEVES, 2013). Com base em Wolfinger (2002), Becker (1999) e Murthy (2008), os pesquisadores lembram que isso requer, além de uma leitura exaustiva do material gerado, o uso de outros recursos de registro da interação com vistas a ampliar o material a ser analisado, como caderno de notas, câmeras fotográficas e filmadoras e, mais recentemente, *webcams*.

Conforme Pereira (2014), uma entrevista é também um discurso que o indivíduo emite sobre si e sobre um objeto social. Durante a análise de um conjunto de entrevistas com jornalistas – alerta o autor – é possível que o pesquisador incorra em alguns erros:

- Neutralizar os dados da entrevista, que passam a ser vistos como realidade objetiva e não como um discurso a ser interpretado, trabalhado e questionado. Nesse caso, o processo de agregação dos dados se faz por meio da simples aglutinação de um conjunto de respostas mais ou menos semelhantes, deixando de compreender as interpretações subjetivas que os entrevistados atribuem às suas próprias experiências;

- Fazer uso, de forma indiscriminada, de inferências externas ao discurso analisado. Na falta de elementos objetiváveis identificados na narrativa do entrevistado, o pesquisador acaba ensaiando algumas interpretações livres, desconectadas do informante;

- Pecar pela timidez na produção de interpretações e generalizações, resultando em relatos de pesquisa exploratórios ou descritivos.

Ainda sobre o momento de análise das narrativas, conforme Figaro (2013), com a análise

das entrevistas, pode-se trazer à tona os fios com os quais o enunciado toma forma e se manifesta.

Dessa forma, quando se aborda o enunciado de um entrevistado se busca entender quais sentidos têm o trabalho do jornalista para ele, e como a atividade dele é caracterizada em relação ao contexto profissional do momento, sempre a partir da realidade do entrevistado, evocando os tópicos da entrevista como questões balizas a partir das quais ele contextualiza suas falas (FIGARO, 2013, p. 48).

2.1.2 Coleta de dados e informações qualitativas

Para a realização da presente pesquisa, iniciamos com uma observação livre, seguida de pesquisa bibliográfica e leitura de livros e artigos, dentre outros textos de referência sobre convergência de mídias e jornalística, redação integrada, identidade profissional dos jornalistas, cultura profissional, jornalismo online e metodologia de pesquisa.

Apesar de que estávamos diariamente no campo de pesquisa, nossa aproximação com o fenômeno concreto também envolveu diferentes estratégias: entrevista com informante-chave e observação da rotina e do material produzido (ainda que a análise de conteúdo não fosse o nosso foco). Importante destacar aqui que nosso “espírito científico” nem sempre estava presente no dia a dia da redação, uma vez que era preciso separar, em distintos momentos, a figura da pesquisadora, da figura da jornalista, reservando o devido “lugar de fala” a cada momento específico.

Como todos os membros do Núcleo Integrado Esportivo sabiam da nossa condição de pesquisadora, mas também conviviam diariamente conosco na Rede Paraíba de Comunicação, consideramos que nosso posicionamento, na maior parte de todo o processo de pesquisa, remete-nos à condição de pesquisador “participante totalmente envolvido”, na categorização apresentada por Angrosino (2009).

O vínculo empregatício com a Rede Paraíba de Comunicação favoreceu-nos o acesso fácil aos informantes e ao ambiente de pesquisa, mas também suscitou alguns problemas. Ao longo do estudo, por exemplo, percebemos que, por ocuparmos na época um cargo de destaque no grupo de mídia (editora-executiva do *Jornal da Paraíba*), alguns dos membros do Núcleo Integrado Esportivo (NIE) evitavam revelar dados mais detalhados sobre a empresa, mesmo em situações informais. Esse constrangimento também ficou perceptível durante a aplicação do questionário sistematizado, quando identificamos o esforço de alguns profissionais em responder o

questionário utilizando uma letra diferente da original, para preservar o anonimato.

Em alguns momentos, ainda tivemos dilemas pessoais éticos. Por exemplo: ao adotarmos o QR-Code na capa do jornal impresso para fazer remissão a uma notícia esportiva, estávamos agindo de modo espontâneo, como uma prática naturalizada, ou apenas porque esse tipo de recurso é um dos elementos da convergência jornalística, então nosso objeto de estudo? Apesar disso, não consideramos que o vínculo funcional tenha criado muitos problemas, principalmente porque a editoria de Esportes, mesmo antes da criação do NIE, já atuava de forma mais independente, não precisando tanto de nosso supervisionamento no cotidiano da redação.

Durante a execução da observação direta dos processos de produção (realizada durante uma semana de modo sistematizado) procuramos não interferir no desenvolvimento dos trabalhos, nem emitir opiniões.

A coleta dos dados da observação direta foi feita por meio de apontamos constantes que depois foram sistematizados em um relatório, presente nos apêndices deste trabalho. Ainda no início da pesquisa, criamos um caderno de campo para o registro de questões que chamassem a atenção na rotina produtiva do Núcleo Integrado Esportivo, mesmo durante os momentos em que estávamos na empresa na função de editora-executiva e não como pesquisadora. Essa sistemática funcionou durante algum tempo, mas depois se tornou impraticável dadas as demandas diárias do jornalismo. Com isso, muitos registros foram colocados na agenda pessoal utilizada para questões de cunho corporativo ou mesmo em bancos de dados do correio eletrônico.

Em relação às entrevistas em profundidade, foram registradas algumas dificuldades para que se alinhassem a agenda da pesquisadora (que passava de 8 a 10 horas por dia dando expediente na redação) com a rotina dos jornalistas que seriam entrevistados, muitos com mais de um emprego. Como nosso objeto de estudo se tratava de um núcleo esportivo, essa dificuldade foi acentuada por 2014 haver sido ano de Copa do Mundo no Brasil, o que, na prática, significa mais trabalho para a equipe.

Mesmo quando conseguimos realizar as entrevistas em profundidade, percebia-se a preocupação dos jornalistas (naquele momento na função de fonte) com o tempo dispendido. Algumas vezes, as perguntas eram interrompidas para que os mesmos atendessem algum telefonema para resolver questões da redação. A escolha de um local próximo à Rede Paraíba de Comunicação para a realização da maioria das entrevistas também levou em consideração o tempo que os jornalistas teriam disponível para esse momento da pesquisa. Pelo menos uma das

entrevistas teve o horário alterado, em relação à programação da pesquisadora, porque o entrevistado, de última hora, foi escalado para uma cobertura externa, exigindo modificações na sua rotina de trabalho.

Além disso, aquele também foi ano de eleições (para presidente, governador, senador e deputados), o que também provocou mudanças na rotina da redação, ampliando atribuições e responsabilidades da editora-executiva, também autora deste trabalho. Como resultado, houve alterações no cronograma inicial da pesquisa, culminando em atrasos na realização das entrevistas e suas respectivas análises. Como o Mestrado Profissional em Jornalismo não oferece bolsa aos estudantes, conciliar trabalho, demandas domésticas e pesquisa, muitas vezes, tornou-se um processo extremamente cansativo e que exigiu muito desdobramento e força de vontade.

Prosseguindo nas nossas estratégias de pesquisa, adotamos os postulados de Salaverría (2003) sobre dimensões da convergência, acrescentando a dimensão audiência ativa de Domingo et al (2007), com objetivo de identificar as marcas da convergência jornalística no Núcleo Integrado Esportivo. Além disso, também foi levado em consideração o modelo dinâmico da convergência (DAILEY; DEMO; SPILLMAN, 2005).

No próximo capítulo, apresentaremos as análises resultantes do presente estudo. Além das entrevistas em profundidade, realizadas entre fevereiro e março de 2015, aplicamos 16 questionários em setembro de 2014 – o número corresponde ao total de profissionais (jornalistas e estagiários) envolvidos no projeto de integração. A observação participante de forma estruturada (visto que acompanhamos o dia a dia do Núcleo Integrado Esportivo por, praticamente três anos, mas não de forma sistemática) ocorreu de 9 a 13 de março de 2015, em João Pessoa.

Ainda no Capítulo 3, teremos um breve relato sobre os veículos que compõem a Rede Paraíba de Comunicação, a partir do qual iremos tratar mais detalhadamente do nosso objeto de estudo, notadamente as observações sobre convergência jornalística no NIE.

3 A CONVERGÊNCIA NOSSA DE CADA DIA

No primeiro capítulo deste trabalho, apresentamos os principais conceitos adotados atualmente para o fenômeno da convergência jornalística e verificamos que, na prática, para além dos estudos acadêmicos, pequenas empresas ou conglomerados de mídia estão adotando (e adaptando muitas vezes) modelos de sucesso.

Nos últimos anos, diferentes projetos de sinergia entre redações têm sido desenvolvidos nos veículos de comunicação do Brasil, incluindo empresas da região Nordeste. O fenômeno também chega à Paraíba. Uma experiência sobre o tema na Rede Paraíba de Comunicação será detalhada a partir de agora.

3.1 Conhecendo o campo de estudo

A Rede Paraíba de Comunicação conta com sete veículos: *Jornal da Paraíba* (e seu respectivo portal de notícias); *TVs Cabo Branco* e *Paraíba* (ambas afiliadas à Rede Globo); rádio *CBN João Pessoa*; rádio *Cabo Branco FM*; portal *Globoesporte.com /pb*; e portal *G1 Paraíba*. O grupo econômico São Braz, ao qual pertencem todos os veículos citados, tem origem no setor da indústria de alimentos, contando hoje com uma das maiores fábricas alimentícias do Nordeste, além de concessionárias de veículos na Paraíba, Rio Grande do Norte e Tocantins. Antes de nos detalharmos sobre as práticas de convergência e redação integrada no grupo de comunicação em foco, iremos apresentar um pouco sobre cada veículo.

3.1.1 TVs Cabo Branco e Paraíba

As *TVs Cabo Branco*, com sede em João Pessoa, e *Paraíba*, situada em Campina Grande, estrearam como afiliadas da Rede Globo, simultaneamente, no primeiro minuto do dia 1º de janeiro de 1987.

Segundo o site Tele História¹⁹, antes dessa data, no entanto, mas no mesmo ano (entre agosto e setembro), a *TV Cabo Branco* já havia começado a funcionar no canal 7. Inicialmente, os

¹⁹ Disponível em <http://www.telehistoria.com.br/colunas/?id=5936>

telespectadores só conseguiam ver o *colorbar*, mas depois a emissora começou a transmitir a programação da Rede Bandeirantes, de São Paulo, além de produzir o telejornal Câmera 7. Em dezembro de 1986, o canal começa a anunciar, durante os intervalos, as atrações da Rede Globo, com o slogan: “Dia primeiro, mude para 7 e continue na Globo”.

No dia 1º de janeiro de 1987, começa a programação local da *TV Cabo Branco*, com o sinal nacional da Rede Globo. Essa data é considerada pela emissora como sendo a inauguração oficial. Nesse mesmo dia, entrava no ar, em Campina Grande, a *TV Paraíba* (canal 3), também afiliada à Rede Globo.

Na programação inaugural, Edilane Araújo apresentou o JCB (Jornal da Cabo Branco) 1ª Edição, que acabou sendo ao vivo, mesmo tendo sido gravado antes de ir ao ar. O telejornal era editado por Werneck Barreto. O “JCB 2ª Edição” era editado por Sílvio Osias e apresentado por Geraldo Oliveira. Havia também uma terceira edição no final da noite, com apresentação de Rejane Brandão e edição de Nádia Ferreira. O “Globo Esporte” local era editado e apresentado por Ivan Thomaz. O “Bom Dia Paraíba” só começou a ser exibido em fevereiro de 1987, sob apresentação de Aldo Schueller e edição de José Luiz Braga.

Dentre os programas exibidos pelas duas emissoras atualmente, estão o “Bom Dia Paraíba”, o telejornal JPB (1ª e 2ª edições), a versão local do “Globo Esporte” e o “Paraíba Comunidade”, veiculado semanalmente.

Em fevereiro de 2009, a TV Cabo Branco iniciou a transmissão digital em alta definição, mas ainda em caráter experimental pelo canal 19 UHF. No dia 17 de junho daquele mesmo ano, a emissora obteve autorização para passar a transmitir oficialmente seu sinal digital. Em 6 de julho do mesmo ano, a TV Cabo Branco se tornou oficialmente a primeira emissora a inaugurar a tecnologia no Estado. Em Campina Grande, a tecnologia chegou em 2013, com a TV Paraíba. A Rede Paraíba de Comunicação iniciou a expansão do sinal digital pelo interior do Estado em abril de 2014, sendo a primeira emissora local a ter cobertura digital no interior da Paraíba.

3.1.2 G1 Paraíba

Lançado em 2011, o *G1 Paraíba* (<http://g1.globo.com/pb/paraiba>) é considerado o braço local do portal de alcance nacional G1, da Rede Globo. Além de oferecer conteúdo próprio em

formato de texto, áudio e vídeo, o veículo reúne as matérias veiculadas pela *TVs Cabo Branco* e *Paraíba*, numa ação de convergência entre televisão e internet.

O *G1 Paraíba* substituiu o portal *Paraíba1*, apresentado em 2 de julho de 2008 como o primeiro portal de notícias da Rede Paraíba de Comunicação. Na época, o *Paraíba1* já possuía identidade com o portal da Rede Globo e não apenas pela inspiração do nome – estimulada pelo próprio G1 – mas também porque, na época, foi celebrada uma parceria para permuta de conteúdo: o *Paraíba1* fornecia material local para o portal da Rede Globo e, em troca, poderia usar matérias nacionais e internacionais.

O *Paraíba1* era formado por uma equipe de seis profissionais, sendo dois editores, dois repórteres e dois estagiários. Tatiana Ramos era a editora-chefe do portal e Maurício Melo ocupava a função de editor de jornalismo. O noticiário incluía as seguintes editorias: Brasil; Cidades; Concursos e Empregos; Cultura e Lazer; Economia; Educação; Esportes; Justiça; Mundo; Policial e Política. O portal ainda contava com blogs, assinados por Ricardo Noblat, Renato Félix, Astier Basílio e Guilherme Ferraz, dentre outros.

Para criar proximidade com os internautas, foi lançada a seção “Eu vi”, com o objetivo de buscar uma participação mais ativa do usuário e fomentar o jornalismo colaborativo. A ideia era que o internauta pudesse “ser jornalista” e auxiliar no processo de produção do novo portal, enviando flagrantes registrados em vídeo, foto ou texto, ocorridos na Paraíba. O canal de interação, até então, era inédito no Estado. Em menos de 48 horas do lançamento do portal, a redação já havia recebido 22 colaborações dos internautas, entre fotos e vídeos de registros feitos pela população. Nesse período, o vídeo campeão de acessos mostrava uma tentativa de homicídio, em João Pessoa, flagrado pela câmera de segurança de um shopping. As imagens mostravam o desespero do motorista do carro para fugir de motociclistas.

Ainda que nos registros documentais da empresa não se falasse em convergência de mídias, o portal *Paraíba1* já nascia com a intenção de trabalhar com esse conceito na prática ao criar interface com os outros veículos do grupo, o que possibilitava a complementaridade da informação. Por meio de links no portal, o internauta também tinha acesso às matérias de destaque da *TV Cabo Branco* e *TV Paraíba*, podia escutar as rádios *Cabo Branco FM* e *101 FM* (hoje extinta) e acessar o conteúdo do (então) site do *Jornal da Paraíba*. O modelo adotado relembra o encontro entre as mídias tradicionais e as mídias atuais, suscitado por Jenkins (2009):

Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. (...) 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).

Em 26 de agosto de 2011, houve a fusão do então *Paraíba1* com o portal nacional *G1*. Segundo Salaverría (2003), esse tipo de negociação comercial está incluído entre as dimensões da convergência jornalística, já abordadas no primeiro capítulo desta pesquisa. O autor explica que a dimensão empresarial trata da apropriação da internet pelos meios como nova plataforma de divulgação e as estruturas organizacionais decorrentes disso, como aquisições, fusões e sinergia entre grupos. Na convergência jornalística, a dimensão empresarial está relacionada aos próprios grupos – sejam multinacionais, nacionais, regionais ou locais – e às alianças, fusões, absorções ou novas empresas que resultam dessas fusões.

Em 2014, o *G1 Paraíba* contava, em média, com 1,5 milhão de visitas por mês, as quais geram em torno de 3 milhões de visualizações de página. Aproximadamente, 55% do público que acessa o portal é paraibano.

A mudança de *Paraíba1* para *G1 Paraíba* foi uma forma de adequação da rede ao projeto nacional da Globo de expandir seus produtos online. A Paraíba foi o oitavo Estado a se incorporar ao projeto da Rede Globo de regionalização do conteúdo no portal *G1*. Para a implantação do novo projeto, foram necessários seis meses de planejamento e várias etapas de trabalho incluindo reformas na estrutura física da empresa, treinamento e contratação de pessoal e investimentos em equipamentos de tecnologia.

O conteúdo oferecido pelo portal paraibano inclui todas as reportagens exibidas nas afiliadas da *TV Cabo Branco* e *TV Paraíba*, bem como reportagens especiais, infografias e noticiário *hardnews*²⁰. Há um predomínio de notícias policiais, em detrimento de outras questões do cotidiano.

A redação do *G1 Paraíba* conta com 11 profissionais, divididos em dois editores, seis repórteres (um em Campina Grande), dois estagiários e uma pessoa que atua nas mídias sociais, colaborando com sugestões de pautas e compartilhando publicações do portal. Afora isso, há também um colaborador que não é jornalista, contratado com carteira assinada como radialista, e

²⁰ *Hardnews* congrega as notícias factuais, que seriam consideradas “importantes” em contraposição a *softnews* - noticiário mais “leve”, com informações que geralmente ficam em segundo plano ou que independem do tempo.

que colabora com envio de fotografias e vídeos. Os repórteres do *G1 Paraíba* também selecionam e dão "tratamento" à parte do material publicado pelo *Jornal da Paraíba*.

3.1.3 Globoesporte.com/pb

Com foco na cobertura esportiva, a página local do *Globoesporte.com* (<http://globoesporte.globo.com/pb/>) foi criado simultaneamente ao *G1 Paraíba*, em 26 de agosto de 2011. A plataforma oferece um noticiário esportivo amplo e com reportagens mais aprofundadas, além de apresentar aos internautas tabelas dos principais campeonatos, informações sobre os times e os atletas, fotos e vídeos.

A chegada do *Globoesporte.com* na Rede Paraíba de Comunicação fornece condições para uma experiência de jornalismo integrado, envolvendo profissionais do portal esportivo, das *TVs Cabo Branco e Paraíba* e do *Jornal da Paraíba*. Tal experiência, que é o foco principal do nosso estudo, será tratado de forma mais detalhada adiante.

3.1.5 Jornal da Paraíba

No segmento de comunicação, o marco inicial do grupo foi a criação do *Jornal da Paraíba*, em 5 de setembro de 1971, na cidade de Campina Grande, no compartimento da Borborema. O jornal era produzido no formato tabloide e não chegava a todo o Estado. Em 2001, o *Jornal da Paraíba* passa a circular no tamanho standard e expande sua cobertura para toda a Paraíba. Nessa época, a redação principal começa a funcionar em João Pessoa, e Campina Grande se torna sucursal. As duas redações são interligadas online e cria-se uma rede de correspondentes nos principais municípios paraibanos.

Com a estadualização, o veículo também se torna o primeiro jornal impresso da Paraíba a lançar uma edição digital (2001), mas o site se limitava a reproduzir o conteúdo da versão impressa (algo muito comum no Brasil até então). Aproveitando a plataforma online, o *Jornal da Paraíba* lança, em 2003, a versão *flip-page* (<http://m.jornaldaparaiba.com.br/jpdigital/>). Em março de 2008, o *Jornal da Paraíba* começou o processo de digitalização de seu arquivo, em Campina Grande. O acervo digital (<http://acervo.jornaldaparaiba.com.br/>) foi apresentado aos

leitores com histórico de cinco anos. A meta da empresa é tornar todo o acervo disponível até 2015.

Outras ações marcam o pioneirismo do jornal na área tecnológica²¹, como:

- Clube do Assinante – um programa de relacionamento com os leitores, o qual inclui vantagens e benefícios, além de um site exclusivo. O produto foi atualizado em 2014, sendo lançado como “Clube do Jornal da Paraíba” (<http://clube.jornaldaparaiba.com.br/>), em setembro. Agora, quanto mais leitores e assinantes interagem com o conteúdo do jornal, mais oportunidades têm de trocar pontos por brindes;

- Primeiro serviço de Classificados Online da Paraíba (maio de 2005) – no qual o anunciante tem total autonomia e controle para gerenciar e alterar suas ofertas. O produto ganhou nova versão em dezembro de 2012, passando a contar também com uma Loja Virtual (<http://classificados.jornaldaparaiba.com.br/>);

- Versão Digital para Deficientes Visuais (VDDV) – lançada em 8 de outubro de 2008 como um feito inédito no Brasil. Serviço permite o acesso à informação por meio da audição de todas as notícias da versão impressa do jornal, inclusive na versão *flip-page*.

- Versão para *mobile*, *Iphone*, *Ipad*, *smartphone* e *tablet* – a partir de 5 de dezembro de 2010.

Em 2011, o *Jornal da Paraíba* ganha um novo projeto gráfico, atualiza seu slogan (*Um Novo Jornal para os Melhores Leitores*) e deixa de ser um simples repositório das notícias veiculadas pelo impresso, assumindo o desafio de ser atualizado em tempo real. Com a evolução do formato estático para o *hardnews*, o site se transforma no portal *JP Online*²² (www.jornaldaparaiba.com.br), com a proposta de complementar as matérias do impresso com recursos audiovisuais, bem como manter o leitor informatizado e atualizado durante todo o dia. Simultaneamente, foram lançados aplicativos para dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*. A nova plataforma inclui blogues, cadernos, colunistas e formas de interação com os internautas. Em comparação com o produto anterior, o novo *layout* destaca as informações e facilita a navegação dos usuários.

²¹ Dados fornecidos via e-mail por Washington Lima, gerente de Sistemas e Métodos da Rede Paraíba de Comunicação. O documento está na seção Anexos.

²² A marca **JP Online** seria substituída algum tempo depois para **JornalDaParaíba.com.br**, devido a uma intervenção da rádio Jovem PAM, que possui domínio comercial da nomenclatura JP.

Segundo Ferrari (2003), para ser chamado de portal, um site precisa reunir certas características, como ferramenta de busca, comércio eletrônico (*e-commerce*), previsão do tempo, notícias, guias comerciais, cotações financeiras, entretenimento etc.

Os portais tentam atrair e manter a atenção do internauta ao apresentar, na página inicial, chamadas para conteúdos díspares, de várias áreas e de várias origens. A solução ajuda a formar “comunidades” de leitores digitais, reunidas em torno de um determinado tema e interessadas no detalhamento da categoria de conteúdo em questão e seus respectivos hyperlinks, que surgem em novas janelas de browser (FERRARI, 2003, p.30).

Ao ganhar nova roupagem e conceito diferente na internet, o *Jornal da Paraíba* também investiu em interatividade. O *JP Online* ganhou a seção “EuQFiz”, importada do portal *Paraíba1* (outro veículo online da Rede Paraíba de Comunicação e que depois se transformou no *G1 Paraíba*). Instaurava-se no portal, desse modo, a prática do jornalismo colaborativo. A proposta era reunir todo o conteúdo enviado pelo público, em formato de textos, fotos ou vídeos, além de criar novos meios para estimular a participação crescente dos internautas no portal, por meio de opiniões e experiências.

O projeto foi abandonado tempos depois, visto que não houve a resposta esperada da audiência. Apesar de não ser nosso foco tratar de interatividade nesse tópico, nem tampouco termos a resposta para o desinteresse do internauta em relação à seção “EuQFiz”, chama a atenção o fato de o projeto não ter obtido êxito, principalmente porque o usuário que acessa um portal quer se sentir único, exclusivo tratado de forma diferenciada. “Gosta de ser ouvido e interage (seja conversando nas salas de bate-papo, mandando mensagens nos fóruns ou respondendo pesquisas de opinião)” (FERRARI, 2003, p.38).

Os investimentos no novo portal, infelizmente, não se estenderam à ampliação da mão de obra na redação. É importante destacar que, até então, toda a equipe disponível para atualizar a versão virtual do *Jornal da Paraíba* era oriunda do *Paraíba 1* – e este veículo tinha prioridade para veiculação do noticiário. Além disso, as decisões editoriais em relação ao *JP Online* não passavam pela Editoria-executiva do *Jornal da Paraíba*.

3.1.6 Rádios CBN e Cabo Branco FM

A rádio *CBN João Pessoa* integrou a Rede Paraíba de Comunicação em 2012. Inicialmente, a emissora estreou em sinal de frequência AM, passando a ser transmitida também em FM, em 2 de fevereiro de 2013, nas frequências 101,7 FM e 920 AM.

Seguindo o padrão da cabeça de rede, a programação da rádio é focada em noticiário, com reportagens, entrevistas e participação de colunistas. Pela manhã, das 9h ao meio-dia, é veiculado o programa “CBN João Pessoa”, com apresentação de Nelma Figueiredo. O programa também conta com colunas diárias sobre temas como cinema, turismo, política e cultura digital. À tarde, vai ao ar o programa ‘CBN Cotidiano’, das 15h às 17 horas. Além do noticiário, possui colunas diárias. A rádio ainda dispõe de um site, hospedado no portal do *Jornal da Paraíba* (<http://cbn.jornaldaparaiba.com.br/>) com toda a programação exibida para os ouvintes.

A *CBN João Pessoa* substituiu a rádio *Paraíba FM*, que funcionou na emissora durante dois anos. Na época, o programa considerado carro-chefe da emissora era o “Polêmica Paraíba”, veiculado no horário de 12h às 14 horas. A Rede Paraíba de Comunicação alegou motivos “estritamente de natureza empresarial”, para encerrar as atividades da rádio *Paraíba FM* no Estado.

Além da *CBN João Pessoa*, a Rede Paraíba de Comunicação opera a rádio *Cabo Branco FM*, também na capital paraibana. A emissora tem uma programação essencialmente musical, focada no chamado público “adulto-contemporâneo”, formado por ouvintes das classes AB. A rádio foi inaugurada em 1993.

3.2 Redação integrada de esportes: um projeto-piloto

A criação de um núcleo integrado de produção jornalística na Rede Paraíba de Comunicação não seguiu os passos registrados até hoje pela academia, especialmente em relação a planejamento e adoção de expertise de outros conglomerados de mídia. Conforme citado anteriormente, a estreia do *Globoesporte.com/pb* em 2011 deu início - ainda que não tenha sido de forma planejada - a uma experiência pioneira de jornalismo integrado no grupo, envolvendo profissionais do portal esportivo, das TVs *Cabo Branco* e *Paraíba* e do *Jornal da Paraíba*. Hoje,

tal iniciativa já é considerada como um projeto-piloto no grupo. Neste trabalho, iremos utilizar a sigla GE para identificar o portal *Globoesporte.com/pb*.

A Rede Paraíba de Comunicação não conta, em seus registros oficiais, com nenhuma orientação sobre a prática do jornalismo convergente. As empresas que compõem o conglomerado Globo, dos quais a Rede Paraíba leva a chancela nos negócios de TV, rádio e portal, no entanto, têm uma orientação sucinta sobre o tema presente no documento “Princípios editoriais do grupo Globo”:

As redações dos veículos do Grupo Globo são absolutamente independentes umas das outras e competem entre si pelo furo, pela reportagem exclusiva. Esta é uma tradição que vem desde a origem do grupo e que tem se mostrado profícua: evita a pasteurização do noticiário e estimula o pluralismo de abordagens. Isso não quer dizer que, levando-se em conta a convergência de mídias, não seja possível a construção de sinergias em torno do chamado noticiário básico – aquelas notícias obrigatórias a que todos os veículos têm acesso. Em outras palavras, faz sentido a disputa por assuntos exclusivos, faz sentido dar mais ênfase a determinados temas e não a outros, mas não há mal algum na troca de informações sobre a dimensão de um temporal ou a ocorrência de um assalto, por exemplo (REDE GLOBO, 2011)²³.

Com a chegada do portal esportivo do grupo Globo à Rede Paraíba de Comunicação (numa iniciativa que se relaciona com a dimensão empresarial da convergência), parte do noticiário feito pelos repórteres contratados para produzir apenas para o GE também começou a ser utilizada no caderno de Esportes do *Jornal da Paraíba*. Em 31 de agosto de 2011, o impresso estreou um novo projeto gráfico, com direito a um caderno no formato tabloide chamado “Esportes e Mais”, que incluía notícias policiais, loteria e variedades. Para a cobertura esportiva, eram reservadas nove páginas – antes da reformulação do veículo, a editoria dispunha de apenas duas páginas dentro do caderno de Cidades.

Na época, a editoria de Esportes contava somente com o trabalho de um repórter, um estagiário e um editor, que também escrevia matérias. Como houve aumento das páginas destinadas ao mundo esportivo, mas o tamanho da equipe permaneceu o mesmo, foi visto como algo natural utilizar o material do GE também nas páginas do jornal.

Mesmo não ocorrendo de forma planejada, aqui temos um aspecto de convergência jornalística, que é a “clonagem de conteúdos”, conforme o modelo dinâmico da convergência

²³ Princípios editoriais do grupo Globo. Disponível em http://globoesporte.globo.com/principios_editoriais_globo.html#diante-dos-colegas

proposto por Dailey, Demo e Spillman (2005). Configura-se na opção de copiar material produzido por um meio em outro diferente. É uma das modalidades mais simples de convergência. Os relatos acadêmicos mostram que, em geral, quem se beneficia mais dessa prática são os sites, que costumemente aproveitam conteúdos gerados por outros suportes do mesmo grupo. No caso dos textos e fotos produzidos pelo *Globoesporte.com/pb*, o principal beneficiário é o *Jornal da Paraíba*.

Pouco tempo depois da estreia da página local do GE, a Rede Paraíba de Comunicação fez uma reforma na redação. Com isso, as equipes do *Globoesporte.com/pb*, *G1 Paraíba* e editoria de Esportes do *Jornal da Paraíba* passaram a ocupar o mesmo espaço físico. A partir daí, começam a surgir mudanças nas dinâmicas produtivas da redação, principalmente em relação à produtividade multiplataforma e polivalência de funções. A distribuição multiplataforma, aqui entendida como o compartilhamento de informações e meios para coordenar a publicação de um produto, também ocorre no NIE.

Em relação à dimensão profissional, um dos primeiros registros de polivalência no NIE é o de um estagiário da *TV Cabo Branco* – com perfil dinâmico e proativo, mas sem prática alguma – que queria ter experiência em mais de uma plataforma. Incentivado pelo editor do programa *Globo Esporte* da *TV Cabo Branco* e também editor de Esportes do *Jornal da Paraíba*, esse estudante, ainda que seu contrato de estágio fosse apenas com a TV, fazia produção de pautas, saía com a equipe técnica de filmagem para apuração de rua e trazia sonoras para a redação, escrevia *offs* e aproveitava para fazer textos para o *GloboEsporte.com/pb*. O então estagiário, hoje contratado como produtor na TV, relembra como foi o início:

Às vezes até o pessoal, os próprios colegas da empresa ficavam mexendo, tirando brincadeiras, porque quando eu chegava lá, chegava com microfone, com bloco, com a câmera, porque tinha de fazer as sonoras para a TV, tinha que depois tirar as fotos pro portal, aí depois eu tinha que ver o que estava acontecendo no treino para fazer a matéria para o portal e ainda tinha de fazer o texto da TV, o off da TV, que são textos distintos, são linguagens diferentes (informação verbal)²⁴.

Antes disso, o apresentador do programa *Globo Esporte*, também teve uma experiência no portal *GloboEsporte.com/pb*. Após dar seu expediente na *TV Cabo Branco*, o jornalista assumia funções no portal no período da tarde. O apresentador ficou quatro meses trabalhando na TV e na plataforma online, recebendo pelas duas empresas, mas não se adaptou à nova plataforma:

²⁴ Entrevista concedida à autora deste trabalho, em março de 2015.

Quando o Globo Esporte começou, eu tentei fazer as duas coisas, até em dois horários diferentes, mas não dá, porque a internet exige uma concentração, um foco muito grande. Praticamente, se você senta às 2 horas da tarde, você vai fazer suas horas de trabalho ali o tempo inteiro. Não há um momento de descanso, digamos assim, porque são muitos detalhes. É a notícia, você tem que escrever, tem que ver se está tudo Ok, tem que paginar, editar a matéria, colocar foto, todos aqueles detalhezinhos para a matéria ser exibida na internet. E, muitas vezes, acontece de chegar duas, três matérias, e você acaba se atropelando e não fica muito legal. E naquela época, a equipe era muito menor; hoje é bem maior (informação verbal)²⁵.

Desde a criação do GE na Paraíba, o editor de Esportes do *Jornal da Paraíba* e da *TV Cabo Branco* passou a exercer a coordenação do processo de convergência em três plataformas: *Jornal da Paraíba*, *Globoesporte.com/pb* e *TV CaboBranco/TV Paraíba*. Ele funciona como um elemento de orientação, motivação e mediação das iniciativas convergentes, intermediando o diálogo entre os demais veículos da Rede Paraíba de Comunicação que atuam em sistema de parceria. A figura do coordenador do NIE guarda semelhanças com novas funções criadas por outros jornais quando da implantação do sistema de redação integrada, conforme visto no Capítulo 1: no *Extra*, há o “editor de produção”; no *The Washington Post*, a função do *managing desk editor*; no *The Hindustan Times*, surgiu o “facilitador”; e no *The Roanoke Times*, o cargo de *data delivery editor*.

Em entrevista preliminar concedida para a elaboração deste estudo, o coordenador do NIE pontua que a criação do Núcleo Integrado Esportivo teve como principal finalidade concentrar toda a demanda de esportes da Rede Paraíba de Comunicação sob uma mesma coordenação. De forma geral, o objetivo da integração era acabar com a duplicidade de trabalho e gerir o pessoal de forma mais eficiente, com a possibilidade, ainda, de oferecer produtos à audiência sob a lógica da multiplataforma.

Ou seja, na prática, todas as notícias chegam a um mesmo lugar e assim fica mais fácil distribuí-las para os diversos meios. Com isso, também economizamos na apuração, seja de ordem econômica, seja de ordem funcional. Econômica porque enviamos uma equipe para fazer a maioria das pautas, diminuindo os custos da operação (carro, ordem de táxi, horas extras etc.). De ordem funcional porque enquanto uma equipe cobre uma demanda, outra já se preocupa em fazer outra coisa (informação verbal)²⁶.

²⁵ Entrevista concedida à autora deste trabalho, em fevereiro de 2015.

²⁶ Entrevista concedida à autora deste trabalho, em novembro de 2013.

Até a criação do NIE, cada veículo da Rede Paraíba de Comunicação fazia apurações distintas. Se por um lado valorizava a concorrência entre as próprias empresas, por outro, tinha-se a repetição de pautas e todos acabavam fazendo as mesmas coisas. “Por mais banal que fosse a pauta, tínhamos uma equipe da TV, uma do jornal e outra do portal. Muitas vezes, TV e jornal não dispunham de equipe na hora da pauta, e a cobertura acabava sendo feita por releases ou telefonemas. No caso do jornal, ganhamos um acervo fotográfico completo, já que hoje todas as coberturas são presenciais”, explica o coordenador do NIE (informação verbal)²⁷.

Nessa época, como já relatado, cada equipe atuava de forma isolada e havia um número pequeno de profissionais para atuar com a cobertura esportiva. Atualmente, o Núcleo Esportivo Integrado (NIE) possui 16 profissionais à sua disposição, incluindo dois editores e três estagiários. O aumento do número de jornalistas envolvidos em um processo de integração de forças e talentos, como ocorreu na Rede Paraíba de Comunicação, é algo raro. O que a maior parte da comunidade acadêmica tem observado, na verdade, é a redução dos quadros, especialmente entre repórteres mais experientes (KISCHINHEVSKY, 2010).

A produção jornalística também aumentou após a integração. Antes, os veículos só tinham condições de fazer, diariamente, cinco ou seis matérias para o jornal e duas para a TV. Atualmente são produzidas de 20 a 25 matérias por dia, às vezes podendo chegar a 30. Em média, cada repórter faz três matérias por dia. No caso específico da TV, existe um projeto de aquisição de equipamentos para que, no futuro, os próprios profissionais do núcleo esportivo possam realizar filmagens e fazer gravações de sonoras, sem a necessidade de deslocamento de uma equipe de UPJ (Unidade Portátil de Jornalismo).

A ampliação da equipe e da produção jornalística está entre as vantagens da criação do Núcleo Integrado Esportivo na Rede Paraíba de Comunicação, fenômeno já apontado por Micó, Masip e Barbosa (2009) em relação a pequenos grupos de mídia.

Nas organizações de mídia mais modestas, tanto a generalização do perfil do jornalista polivalente como a implantação das redações integradas costumam obedecer a uma necessidade que é vista como virtude. Por esse motivo, a necessidade pode chegar a garantir a viabilidade de um projeto, ainda que possa provocar a perda da qualidade dos produtos (MICÓ; MASIP; BARBOSA, 2009, p.16)

²⁷ Entrevista concedida à autora deste trabalho, em novembro de 2013.

Apesar de o editor de Esportes do *Jornal da Paraíba* atuar como coordenador do Núcleo Integrado Esportivo, não existe nenhuma documentação da empresa que registre isso. Por possuir vínculo funcional com duas empresas do grupo e já ser o coordenador de Esportes das duas afiliadas da Rede Globo na Paraíba (*TV Cabo Branco* e *TV Paraíba*), a coordenação do NIE surgiu como algo natural para o jornalista e para a própria superintendência da rede. O que se mostrou uma vantagem para a escolha do coordenador– a atuação formal em duas plataformas –, na prática impede que o profissional tenha tempo livre para pensar produtos e processos convergentes de forma a executar com mais eficiência a mediação multimídia.

No caso da Rede Paraíba de Comunicação, as atribuições do coordenador se limitam às equipes que trabalham com o conteúdo esportivo e não se estendem à rádio CBN João Pessoa, pois a mesma ainda não faz parte do processo de integração:

A rádio é uma inesgotável fonte de pautas. Participamos de alguns programas, entramos em transmissões. Mas a rádio não faz parte do núcleo de esportes. Pelo menos por enquanto. Existe uma vontade de também se englobar esse segmento. Mas por enquanto, ainda não há previsão para isso. A equipe de Esportes da rádio CBN é terceirizada e isso dificulta uma integração oficial. De qualquer forma, estamos sempre discutindo as melhores pautas juntos. Na final da Série D, a CBN mandou uma equipe para Porto Alegre (Juventude x Botafogo, primeira partida da final) e nos enviou fotos de lá. É uma integração de fato, embora ainda não seja de direito (informação verbal)²⁸.

Ainda que a rádio não faça parte do Núcleo Integrado Esportivo, a relação dos membros do NIE com a emissora aponta para um dos graus da “convergência dinâmica”, especificamente a “coopetição”. De modo geral, rádio e núcleo esportivo atuam como “concorrentes”, mas há momentos de colaboração, quando membros do NIE participam de alguns programas ou entram em transmissões. Em outras ocasiões, como na cobertura da Copa do Mundo, profissionais da rádio participaram do Bom Dia Paraíba, no quadro “Cantinho da Copa”.

O modelo de integração que se constrói no NIE possui vantagens e desvantagens, sendo o principal aspecto positivo a concentração de pautas sob uma só coordenação, bem como ter várias pessoas pensando de forma conjunta as demandas diárias do esporte, o que, segundo o coordenador do núcleo, culmina numa cobertura eficiente para todos os veículos envolvidos. Além do estresse gerado nos profissionais pela exigência do perfil polivalente, outro problema é encontrar uma linguagem e uma abordagem que façam com que a audiência não se sinta lesada:

²⁸ Entrevista concedida à autora deste trabalho, em novembro de 2013.

Algo do tipo: “Já vi essa mesma notícia em outro lugar”. O jornal, como é o veículo mais frio, normalmente leva alguma desvantagem. Nesse caso, precisamos ter um cuidado especial, deixando uma pauta quente para o dia seguinte, ou uma abordagem que faça o leitor se sentir valorizado com seu produto. É importante uma boa conversa entre os editores de cada veículo para definir para onde vai cada pauta (informação verbal)²⁹.

No dia a dia, porém, a produção de matérias para o jornal impresso passa pelo processo apontado por Ferrari (2003, p. 44) como “empacotamento” de notícias. Para a autora, empacotar significa receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outras matérias para ser usado como link correlato, adicionar foto ou vídeo etc. O “empacotador de matérias” acaba tendo uma função de tradutor, codificador, capaz de adaptar a notícia à linguagem mais aceita no veículo em que será divulgada a informação.

É uma espécie de ressurgimento da função do copydesk, cargo comum nos jornais de antigamente, ocupado por jornalistas com profundo conhecimento da língua portuguesa e domínio dos recursos da redação expositiva. Eles tinham a tarefa de tornar mais claro e elegante o texto do repórter antes que chegasse às mãos do editor. Ao trabalhar em cima do texto alheio, o jornalista da Internet não deixa de ser um copydesk (FERRARI, 2003, p. 44).

Também não se percebe no NIE uma rotina produtiva que perpassasse as peculiaridades de cada plataforma, conforme modelo de Bradshaw detalhado no Capítulo 1, e, principalmente, explore as potencialidades da *web*.

Para a prática do jornalismo polivalente, são colocados à disposição da equipe: câmera digital (para produção de fotos e vídeos), que é usada de forma compartilhada com o G1 Paraíba; gravador³⁰; computador portátil; e celular com 3G (o equipamento é do G1, mas é cedido ao NIE). Para fazer matérias externas, os jornalistas pegam carona no carro de reportagem da TV ou utilizam serviços de táxi. O núcleo não dispõe de uma equipe própria para reportagens televisivas e utiliza uma equipe de UPJ da TV Cabo Branco ou da TV Paraíba, a depender de onde será feita a cobertura. Como não há fotógrafo profissional no grupo, os repórteres fotográficos do Jornal da Paraíba são acionados em caso de cobertura de eventos esportivos mais relevantes. A equipe de esportes também conta com um orçamento específico, ainda que exista um centro de custo para

²⁹ Idem.

³⁰ Apenas um jornalista apontou, durante a realização da pesquisa quantitativa, que esse tipo de equipamento era fornecido pela empresa.

cada um dos diferentes veículos (jornal, impresso e online). A infraestrutura atual do NIE é considerada deficiente para alguns integrantes do grupo:

Eu acho que ainda falta avançar um bocado e acho que avançou muito pouco nesses quatro anos desde que eu estou na empresa. A gente tem material para fotografia, a gente tem fotógrafos que desempenham só a função de fotógrafo, mas só no *Jornal da Paraíba* que vez ou outra são utilizados também para o *Globoesporte.com*, mas nós repórteres do *Globoesporte.com* (...) fotografamos com um material que não é lá de muita qualidade. A gente não faz tudo o que gostaria de fazer e tudo o que precisaria fazer em eventos esportivos. Nosso equipamento não fornece essa qualidade toda. E a gente gostaria muito de fazer material, de fazer nossas coberturas totalmente do campo. Por exemplo, escrever textos do campo, fazer cobertura em tempo real do campo, mas para isso a gente precisaria de equipamentos. A gente precisaria de computadores, de modem e internet nos locais onde a gente fosse fazer esse material, e a gente não tem isso ainda. Por não ter isso, a gente precisa tentar fazer um link entre o local onde está acontecendo o evento, geralmente estádios, ginásios e tudo o mais, com quem está na redação. E esse link é feito, de forma geral, com material nosso, porque a gente precisa se conectar com a internet e telefone. E aí cada um usa o seu e tudo o mais (informação verbal)³¹.

Durante coberturas de eventos, principalmente jogos de futebol, observamos que o repórter do Núcleo Integrado Esportivo trabalha no sentido multitarefa: apura, filma, fotografa, transmite informações via celular 3G e faz sonoras para a TV, o que evidencia mudanças na rotina profissional. Em outras matérias externas, a polivalência também se evidencia, mas os repórteres que atuam diretamente no portal fazem sonoras para a TV, porém não produzem matérias. Ou seja, eles repassam o material, mas o texto (*off*) e a edição serão feitos pelos profissionais do NIE que estão alocados nos quadros da emissora.

Com base na “escala midiática” proposta por Salaverría e Negrodo (2008), apud Belochio, o processo de convergência jornalística do NIE se enquadra hoje na segunda fase do modelo, denominada de “convergência a três”. Relembrando o conceito, temos que esse tipo ocorre quando há a união de impresso, TV e web. Nesse caso, as plataformas “convergem” em formatos jornalísticos textuais, audiovisuais e interativos. Como já citado antes, matérias do portal esportivo são veiculadas no jornal impresso (clonagem de conteúdo); noutras vezes, a publicação é feita de forma simultânea. Também é comum que matérias nativas do GE sejam publicadas no portal do *Jornal da Paraíba*. Nesse caso, será veiculado apenas um trecho da matéria com remissão para o *Globoesporte.com/pb*.

Além disso, os VTs produzidos sobre esporte para as TVs *Cabo Branco* e *Paraíba* são colocados à disposição do público no portal *Globoesporte.com/pb* (Figura 3), numa ação de

³¹ Entrevista concedida por integrante do NIE à autora deste trabalho, em março de 2015.

crossmedia – também chamada por alguns autores de promoção cruzada. Para Finger (2012, p. 127), trata-se de um tipo de retroalimentação entre o que vai ao ar na televisão e o que é divulgado no portal, ou a promoção de ambos.



FIGURA 3 – Vídeos do programa “Globo Esporte” estão disponíveis no GE

Com base em Finger, compreendemos que, de alguma forma, o programa de TV “Globo Esporte” permanece no ar, a partir da inserção dos VTs no GE, mesmo após ter a edição encerrada na grade de programação da emissora. Em outras ocasiões, a TV chama os telespectadores a acompanhar a cobertura do Tempo Real (TR) de algum evento, especialmente jogos de futebol, no portal.

Durante nossa observação participante, também registramos outra ação de convergência feita pelo Núcleo Integrado Esportivo. Uma decisão da Justiça estadual pelo afastamento da gestora esportiva Rosilene Gomes da presidência da Federação Paraibana de Futebol (FPF), em 2104, gerou reportagens nas plataformas online (*Globoesporte.globo.com/pb* e *Jornaldaparaiba.com.br*) impressa e TV, que compõem o NIE, além da rádio. O tema ganhou a manchete do *Jornal da Paraíba* e também gerou um vídeo na versão online do jornal³². Gravado

³² Justiça confirma queda de Rosilene e empossa interventores na FPF. Disponível em: <http://blogs.jornaldaparaiba.com.br/esporte/2014/04/04/justica-confirma-queda-de-rosilene-e-empossa-interventores-na-fpf/>

com o editor do GE, o vídeo foi veiculado no blog esportivo do *Jornal da Paraíba* (*bloguesporte.com*³³).

Além do trabalho rotineiro, a equipe do NIE também produz pequenos vídeos com análises de algum fato esportivo, numa experiência de jornalismo audiovisual com produto exclusivo para *web*. O material é veiculado na seção de vídeos do portal do *Jornal da Paraíba*, denominado de JPTV. As gravações são feitas por profissionais da área de mídia digital da Rede Paraíba de Comunicação, em um estúdio instalado dentro da redação GE/G1 Paraíba. Alguns desses produtos chegam a ter 10 minutos de duração, como o vídeo publicado em 30 de maio de 2103 (Editores de esportes falam das expectativas para a final do Paraibano 2103³⁴), que contou com a participação do editor do GE e o coordenador do NIE.

Ao longo do tempo, a equipe que compõe o NIE vem desenvolvendo “táticas e estratégias” para o aperfeiçoamento da integração entre os veículos. Na base da “tentativa e erro”, a busca por um modelo próprio de sinergia entre os parceiros envolvidos inclui: definição de prioridades na divulgação de notícias factuais; acordos para veiculação de matérias exclusivas ou furos jornalísticos; ajustes na jornada de repórteres e editores; e otimização da rotina produtiva. Alguns desses pontos serão apresentados agora.

O Núcleo Esportivo Integrado funciona em sistema de três turnos. Desse modo, sempre haverá alguém na redação ou cumprindo pautas externas nos períodos da manhã, tarde e noite. Os repórteres saem para fazer coberturas com um telefone celular fornecido pela empresa e também utilizam esse equipamento para gravar áudios e fazer fotos. Para o editor do *Globoesporte.com/pb*, o celular facilita a prática do chamado jornalismo móvel, cujo conceito foi abordado na fundamentação teórica deste trabalho. “(...) o celular revoluciona. O celular tem um poder de revolução no jornalismo que é impressionante. Hoje você tem gravador, tem foto, tem vídeo com qualidade” (informação verbal)³⁵.

³³ O “*bloguesporte.com*” foi criado como um espaço para que a redação de esportes da Rede Paraíba de Comunicação fizesse um debate com o leitor sobre futebol e sobre esportes em geral. O espaço deixou de ser atualizado em abril de 2104.

³⁴ Editores de esportes falam das expectativas para a final do Paraibano 2103. Disponível em: http://www.jornaldaparaiba.com.br/esportes/noticia/107130_editores-de-esporte-falam-das-expectativas-para-a-final-do-paraibano-2013

³⁵ Entrevista concedida à autora deste trabalho, em março de 2015.

Quando quer uma imagem de maior qualidade técnica e artística, o coordenador do NIE, que também é editor de Esportes do *Jornal da Paraíba*, programa a pauta para um repórter fotográfico do jornal. Esse expediente é adotado principalmente em jogos do final de semana e quando há alguma partida de destaque programada para a semana, no período da noite.

Seguindo a lógica do *digital first* (na qual a produção de conteúdo é voltada primeiramente para a plataforma digital), o online tem prioridade na divulgação de matérias factuais, mas existe um processo dialógico permanente entre o coordenador do NIE e o editor do portal *GloboEsporte.com/pb*. Diariamente, ainda que de forma informal, discute-se como e quando determinada matéria será veiculada. Às vezes, a matéria do online também é guardada para ser veiculada no mesmo dia em que a TV enfocará o mesmo tema.

Quase todos os integrantes do NIE participam do processo de edição de matérias no online. Da implantação do *Globoesporte.com.br/pb*, em 2011, até hoje, no entanto, demorou um pouco para que essa medida fosse adotada. Nem todos os jornalistas e estagiários tinham conhecimento do CMA (sistema gerenciador de conteúdo do GE) e, principalmente, era preciso haver um pouco mais de maturidade da equipe para que esse procedimento pudesse ser liberado. O fato de o CMA (Figura 4) estar dentro dos sistemas de gerenciamento da *Globo.com* levava os editores a conduzir o processo com cautela, temendo que um profissional sem experiência pudesse cometer algum erro grave na plataforma. Como a demanda de serviço era grande, porém, aos poucos a maioria dos repórteres começou a ser liberada para fazer edição na *web*. A autonomia para publicação de textos sem a interferência de um editor é chamada por Salaverría e Negrodo (2008), apud Seibt (2014), de desintermediação.

Listar Matérias [Adicionar Matéria »](#)

	Título	Criação	1ª Publicação	Agendamento	Editoria principal	Status
☐	Inscrições para a 6ª edição da Volta de Aracaju começam dia 15 de outubro	14/10/14 12:21:31	14/10/14 12:21:31	(Nenhum)	volta de aracaju	Publicado
☐	Bruno Aguiar pede "muito equilíbrio" ao Joinville na reta final da Série B	14/10/14 12:20:38	(Nenhum)	14/10/14 14:38:29	joinville	Agendado
☐	Técnico pede tranquilidade ao Rio Branco contra o Santo André	14/10/14 12:19:33	(Nenhum)	14/10/14 14:10:02	campinas e região	Agendado
☐	Josué Teixeira define titulares sem muitas surpresas para pegar o Frizado	14/10/14 12:17:21	14/10/14 12:17:21	(Nenhum)	serra lagos norte	Publicado
☐	Dunga revela que gripe "ajudou" Neymar a fazer quatro gols em vitória	14/10/14 12:15:43	(Nenhum)	14/10/14 18:15:11	seleção brasileira	Agendado
☐	Lucas do Rio Verde realiza o Passeio Ciclístico Pedalando pela Vida	14/10/14 12:15:11	14/10/14 12:15:11	(Nenhum)	mt	Publicado

FIGURA 4 – Sistema de gerenciamento de conteúdo do *Globoesporte.com*

A produção diária do online é levada em consideração no momento de edição do jornal impresso. Como o *Jornal da Paraíba* só dispõe agora de duas páginas para a editoria de Esportes³⁶ – e muitas vezes ainda disputando espaço com anúncios –, cabe ao editor escolher bem o que será divulgado. Geralmente, as matérias sobre cada time são condensadas e transformadas em uma só.

Para o material do jornal não ficar com aspecto de antigo e que dê ao leitor a percepção de que ele “já leu aquela notícia antes”, o lead é alterado, acrescentam-se fotos (mesmo que seja de arquivo) e tabelas. Uma matéria que antes era “principal” no online pode virar uma coordenada, entrar na seção de “rápidas” ou mesmo se transformar em apenas uma nota na coluna “De Primeira”, assinada pelo editor do *Jornal da Paraíba*.

Em caso de matérias especiais ou furos jornalísticos, o coordenador do NIE e o editor do portal conversam e decidem, geralmente, por priorizar o impresso, mas de uma forma que o *GloboEsporte.com/pb* não seja prejudicado. Para isso, as notícias são veiculadas, praticamente, de forma simultânea: entra na edição do dia do *Jornal da Paraíba*, versão impressa, e ainda pela manhã, na página local do GE.

Como exemplo, temos a reportagem especial sobre o dia em que o Botafogo da Paraíba venceu o Flamengo no Maracanã (conhecido oficialmente como Estádio jornalista Mário Filho).

³⁶ O caderno Esportes & Mais do *Jornal da Paraíba* foi extinto na primeira semana de fevereiro de 2103. Com isso, as matérias dessa editoria passaram a ser veiculadas no caderno de Cidades.

Intitulada “A maior façanha de todas”, a matéria foi publicada no dia 6 de março de 2015 na página 6 de Esportes. O texto ganhou página inteira, com diagramação especial e foi assinado pelo jornalista Cadu Vieira – para a construção da matéria, a apuração contou com a colaboração de outros jornalistas do NIE, inclusive do coordenador do núcleo.

Também em relação à matéria especial assinada por Cadu Vieira, constatamos que o mesmo texto foi publicado no portal *Globo.Esporte.com/pb* por volta das 9h, com o título “Há 35 anos, o Botafogo-PB calava o Maracanã ao vencer o Fla de Zico”. Nesse caso, o editor buscou mais elementos que evidenciam a multimidialidade, ao utilizar fotos, imagens de arquivo do jornal *A União* e vídeos. A esse processo, Salaverría e Negredo (2008) dão o nome de *repurposing*³⁷. O especial multimídia possui ainda botões de compartilhamento para as redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Google+* e *Pinterest*. O internauta também tem a opção de ler o texto inteiro – e longo – de uma vez só ou clicando nas *tags* correspondentes, da forma que lhe convém³⁸. Na mesma matéria do impresso, no entanto, não havia nenhum dado informando ao leitor que ele poderia encontrar conteúdo multimídia no portal. Nessa mesma data, a equipe resolveu fazer algo diferente na TV: levou para o estúdio o ex-jogador Magno, que atuava como meia no Botafogo Paraíba. A participação foi ao vivo e contou com os gols da vitória contra o Flamengo na narração do apresentador Kako Marques. As imagens históricas foram cedidas pelo Cedoc da Globo Rio.

Apesar de a multimídia ser um elemento fundante do *webjornalismo* (PRADO, 2011), o uso de recursos audiovisuais (gráficos, áudio, vídeos, imagens em movimento) não faz parte da rotina do Núcleo Integrado Esportivo – ou seja, a chamada “pauta integrada” ainda não está devidamente incorporada ao cotidiano da redação. Por demandar muito tempo e esforço dos jornalistas, esse tipo de narrativa é adotado esporadicamente, conforme mostra o relato de um repórter que integra a equipe do *Globoesporte.com/pb*:

Na verdade, esse tipo de pauta mais elaborada, digamos assim, e que vá funcionar para todas as mídias, no meu modo de ver, ela é pensada esporadicamente por grupos soltos. Tipo: nessa semana, vamos pensar eu e dois colegas do *Globoesporte.com*. Na próxima,

³⁷ Ocorre quando o procedimento vai além da reprodução de conteúdos e de formatos (*shovelware*), chegando à adaptação editorial expressa da matéria-prima informativa com conteúdo reciclado que tira o máximo partido das potencialidades comunicacionais próprias da nova plataforma.

³⁸ Como a noção de tempo linear dos suportes convencionais, como rádio e TV, não corresponde à realidade da internet, o usuário não precisa obedecer à linearidade de raciocínio ou o roteiro programados pelos editores. Desse modo, o acesso à informação é aleatório, podendo o internauta fazer buscas de forma randômica, lendo apenas sobre o momento do gol ou a entrevista de Zico, por exemplo.

um elemento da TV e um do Globo Esporte vão pensar outro, sem que nós saibamos. Não funciona dentro da equipe toda e nem sempre com as mídias todas juntas. E o ideal é que funcione assim. Por exemplo, nessa reunião de videoconferência ontem, já foi lançada uma proposta para um material que vai funcionar para as três mídias. Vai ser uma série pra TV, que vai ser toda editada pro *Globesporte.com* e que vai ser publicada também no *Jornal da Paraíba*. Esse foi um momento esporádico em que todos pensamos juntos uma pauta que vai ser utilizada por todas as mídias. Só que o ideal é que isso aconteça frequentemente, mas desde que a gente tem tentado implantar o núcleo, fazer o núcleo funcionar efetivamente, foram poucas as vezes, e é isso que eu sinto falta (informação verbal)³⁹.

Ainda sobre as táticas para o processo de integração no NIE, observamos que, no caso de jogos de futebol que ocorrem à noite ou no final de semana, o resultado da partida é veiculado no *Jornal da Paraíba* na página de Últimas. Se for um jogo que termine até as 21 horas, pode ser veiculado ainda no caderno de Cidades (onde estão as páginas de Esportes). É utilizado material de agências de notícia, no caso de competições nacionais, ou textos e fotos produzidos por algum repórter do NIE. Essa tarefa é feita pelo editor de Esportes do *Jornal da Paraíba* ou pelo editor do *Globoesporte.com/pb*.

Quando a plataforma é à versão online do jornal, no entanto, há retardamento na divulgação (o que pode ser considerado uma incongruência, uma vez que a internet exige agilidade na divulgação dos fatos). O material vai ser colocado na capa do *Jornaldaparaiba.com.br* apenas no dia seguinte ao jogo, no caso de partidas à noite, ou na segunda-feira, se for um jogo que ocorreu no sábado ou domingo. Mesmo assim, será colocado o título, o lead da matéria e uma remissão para o portal *Globoesporte.com/pb*. A coordenação do Núcleo Esportivo Integrado optou por essa estratégia devido à escassez de profissionais. Não só isso: como a atualização do *Globoesporte.com/pb* implica em muitas atribuições para o jornalista que estiver escalado para aquele momento (fazer Tempo Real, crônica, atualizar capa, alimentar página dos times etc) não há tempo hábil para que ele publique as matérias nos dois portais, simultaneamente, e a prioridade é alimentar o online do GE.

Também é comum ocorrerem remissões no programa de TV “Globo Esporte”, convidando o telespectador a visitar o *Globoesporte.com/pb*. Esse tipo de promoção cruzada também é feita de outra forma: a veiculação de nota coberta no programa televisivo, ilustrada com uma matéria do portal (Figura 5). Esse tipo de prática ficou definido logo após a estreia do

³⁹ Entrevista concedida por Vieira, Cadu (mar.2015). Entrevistadora: Angélica Gomes de Oliveira Lúcio Carneiro. João Pessoa, 2015. A entrevista na íntegra encontra-se na seção de apêndices desta dissertação.

portal, justamente com o objetivo de divulgar o novo produto entre os telespectadores, para reforçar a marca *Globoesporte.com/pb*.

Assista à íntegra do Globo Esporte/CG desta Terça-Feira

MAIS INFORMAÇÕES |  Tweetar 0 |  +1 0 |  Curtir 0



FIGURA 5 – Programa de TV “Globo Esporte” ilustra nova com imagem de notícia do GE

Para gerar interação com a audiência, uma das estratégias do NIE foi a criação de blogs no *Globoesporte.com/pb* assinados por torcedores dos principais times da Paraíba: Campinense, Botafogo PB e Treze. Os textos podem ser compartilhados nas redes sociais e também recebem comentários dos internautas. O GE também tem uma seção de enquetes.

Em relação ao planejamento das edições, observamos que as reuniões de pauta ocorrem de forma muito esporádica. O mais comum é que os repórteres mesmo se pautem, principalmente no período da manhã, quando o coordenador do NIE está na televisão e o editor do portal ainda não chegou à redação. Para suprir a falta de encontros presenciais, a equipe criou um grupo do aplicativo *WhatsApp*, onde são discutidas pautas e repassados vídeos, imagens e informações diversas.

Reuniões presenciais envolvendo as equipes de João Pessoa e Campina Grande são mais raras ainda. Participamos de um desses momentos, no dia 23 de agosto de 2014, um sábado (Figura 6). Nesse dia, houve um debate sobre integração de mídias. Dentre outros pontos, foi

discutido o relacionamento com a rádio *CBN João Pessoa* e com o suporte online do *Jornal da Paraíba*.



FIGURA 6 – Reunião geral da equipe do Núcleo Integrado Esportivo

Como a rádio não faz parte do projeto de integração, isso cria alguns problemas para a equipe, principalmente em relação às fontes que pensam se tratar de um grupo coeso e chegam a não repassar algumas informações ao portal. Um dos pontos levantados pelos jornalistas em relação à integração era “de quem seria a culpa” em um momento de erro, visto que há profissionais de três plataformas trabalhando juntos. A discussão serviu para valorizar a ideia de que todos precisam atuar em sintonia. Na ocasião, foi citado um exemplo de colaboração entre o portal e a TV: às vezes, há uma matéria do GE programada para entrar no ar apenas à tarde, mas a equipe do programa “Globo Esporte” pede para que o material seja antecipado, pois assim eles poderão divulgar uma informação sem imagens, ilustrando com a notícia do Globoesporte.com/pb.

A criação de uma agenda comum entre todos também foi discutida durante o encontro. A iniciativa de uma repórter da equipe teve o objetivo de introduzir no grupo a prática do compartilhamento de informações essenciais à rotina produtiva, como pautas programadas, matérias em andamento, notícias a serem publicadas, matérias que estão salvas no CMA do *Globoesporte.com* etc. A agenda foi criada no *Google Drive* e cada tópico tinha uma cor diferente. Outro repórter criou uma agenda com os contatos das fontes, que deveria ser atualizada por todos os integrantes do núcleo.

A discussão sobre a criação dessas duas agendas nos remete ao jornalismo em base de dados, tema abordado no Capítulo 1 deste estudo. Atualmente, a Rede Paraíba de Comunicação não dispõe de um sistema de base de dados que propicie a integração entre as diversas plataformas, a exemplo do que foi criado no jornal *A Tarde*, no grupo *Abril* e no *The New York Times*, por exemplo.

O *Jornal da Paraíba* conta com um Banco de Imagens (BI), além do Banco de Dados do próprio portal, onde ficam registrados textos, imagens, vídeos e áudios. No BI, as imagens são registradas por fotógrafos ou arquivistas e ficam à disposição da redação, especialmente dos editores. O sistema funciona por meio de senha pessoal e conta com sistema de busca por data e palavras-chave. O *Jornal da Paraíba* também dispõe de um acervo digitalizado, no qual é possível fazer pesquisas sobre edições anteriores – funciona mais como um simples repositório de matérias antigas do que uma ferramenta que contribua para narrativas multimídias.

As TVs Cabo Branco e Paraíba, ambas afiliadas à Rede Globo, possuem licenciamento do *software EasyNews*. Trata-se de um produto de automação para redação de telejornalismo, desenvolvido para plataforma com servidores Windows e estação Windows, o qual possibilita a edição de textos, produção de pauta e arquivamento do material produzido, comunicação entre usuários, cadastro de contatos etc. Para ter acesso ao sistema, os jornalistas utilizam uma senha. Na produção de uma pauta, por exemplo, é possível inserir dados diversos, como o jornal onde a matéria será veiculada, quem será o repórter, o produtor responsável, endereço da cobertura jornalística e horário programado para o trabalho da equipe. Cada pauta recebe um código e a criação de retransmissão é automática. O *software* também inclui agenda telefônica e mantém o histórico de tudo o que foi cadastrado. Além disso, tanto o *GI Paraíba* quanto o *Globoesporte.com/pb* possuem sistemas próprios, com arquivo para textos, fotos e vídeos. Nenhum desses modelos, no entanto, cria interface com os outros.

Retomando Barbosa (2008), lembramos que as bases de dados desempenham diversas funções no processo de convergência, a saber: sustentar a produção e a distribuição dos conteúdos; integrar distintas plataformas; gerenciar o fluxo de informação e o conhecimento nas redações; suportar ações de interação envolvendo usuários e profissionais por meio do conteúdo informativo e de entretenimento; além de armazenar, classificar, relacionar, recuperar e apresentar as informações.

Voltando à questão das reuniões de pauta do NIE, o grupo realizou outro encontro com a presença da maioria dos jornalistas, em fevereiro de 2015, mas dessa vez por videoconferência. A reunião ocorreu com a equipe de Campina Grande no estúdio da TV Paraíba e a de João Pessoa, no estúdio da TV Cabo Branco.

3.2.1 Registros da observação participante

No período de 9 a 13 de março de 2015, realizamos a observação participante de forma sistemática no Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação. As visitas ocorreram sempre no período da tarde, em João Pessoa. A equipe do *Globoesporte.com/pb*, que congrega a maioria dos componentes do NIE, divide a redação com o *G1 Paraíba*, parte da equipe do *Jornal da Paraíba*, principalmente os que trabalham mais diretamente com a plataforma online, e profissionais que lidam com as redes sociais para todo o restante do grupo (com exceção da *TV Cabo Branco* que conta com um especialista em mídias digitais). O pessoal de esportes da TV fica na redação específica desse veículo.

No primeiro dia de observação, percebemos que a redação estava um pouco “parada”, com a presença de dois repórteres e um editor. Após as 16 horas, chega o coordenador do NIE. Pela manhã, ele fica no ambiente da TV, para editar o Globo Esporte local. A presença de profissionais a menos nesse período do dia se deve a dois jogos programados para o período da noite, o que implicou na alteração de horários de dois repórteres (um do portal e um da TV) que fariam a cobertura dos eventos.

Como não há muita pauta para o dia, os repórteres fazem rondas nos portais (local e nacional) em busca de algo que possa render matéria. Também devido às partidas de futebol à noite, não teve matéria externa nesse dia. Em alguns momentos, observamos diálogos curtos

entre repórteres e o editor do *GloboEsporte.com/pb*. São dúvidas relacionadas à produção de matérias.

Em outro momento, um dos repórteres é chamado pelo editor, que pede que ele repercute uma matéria envolvendo o Botafogo na série C do Campeonato Brasileiro. Enquanto isso, o outro repórter conclui um texto e o coloca no banco de matérias. Em seguida, avisa ao editor, que abre o banco e passa a editá-la para publicação.

Durante todo o tempo em que permanecemos no local, observamos que há uma interação grande entre os membros da equipe por meio do aplicativo *WhatsApp* (WA). O grupo do Núcleo Integrado Esportivo havia sido criado recentemente no WA. Eles trocam informações com frequência, desde contatos de um entrevistado a envio de sonoras.

Nessa data, não houve visita à TV ou ao jornal no período de observação. Em relação ao primeiro (TV), o motivo foi a ausência de repórteres (que tiveram horários modificados por conta dos jogos). No caso do jornal, isso só ocorreu quando o editor de Esportes estava na redação.

O coordenador do NIE é quem edita os textos para o jornal. Os repórteres produzem para o portal (www.globoesporte.com/pb) e, no final da tarde ou início da noite, o editor recolhe o material, faz uma triagem, em seguida decide o que merece ir para o jornal e edita. Às vezes, essa edição representa a mudança de estrutura da matéria (alteração do lead, de parágrafos, mas nunca o sentido). Muitas vezes, porém, a notícia do portal é publicada no jornal impresso sem modificação alguma, o que Salaverría e Negredo (2008) conceituam como processo de *shovelware*⁴⁰.

A tarde prossegue e vemos os repórteres combinando fotos. Entre eles – nesse instante o editor só observa – é discutida a necessidade de atualização do banco de imagens. O editor do GE segue orientando sobre qual foco deve ter a matéria que acabou de pautar.

O segundo dia de observação ocorre em uma terça-feira. Há quatro repórteres na redação. A equipe da manhã ainda não encerrou a jornada de trabalho, por isso a quantidade de profissionais é maior. Em vários momentos da tarde, eles discutem pautas. Um dos repórteres parece ficar responsável pela redação, na ausência do editor. É a ele que os demais se dirigem

⁴⁰ Significa publicar informação em massa, sem seleção nem adaptação. Isso pode ser observado quando uma mesma informação aparece em dois suportes de distribuição sem alterações ou adequações. Verifica-se aí um movimento de apropriação tecnológica conservador, priorizando a continuidade das práticas e dos modelos institucionalizados.

para tirar dúvidas sobre publicação de matérias. Os profissionais voltam a discutir pautas: as que serão apuradas e as já publicadas.

Praticamente durante toda a tarde, o CMA (sistema para publicação de matérias no portal) do GE (www.globoesporte.com.br) fica fora do ar, o que impossibilita a veiculação dos textos produzidos. Os repórteres voltam a discutir pautas, e chega o editor do GE. Não demora muito para ele começar a perguntar aos repórteres sobre as pautas que estão sendo produzidas. Em seguida, observamos que o editor se dirige a uma repórter e pede para ela dar um “tratamento” a alguns releases.

Logo depois, chega o coordenador do NIE. Agora, são o editor do GE e o coordenador do Núcleo Integrado Esportivo que discutem pautas. A rotina na redação permanece tranquila até a volta do CMA. O trabalho continua durante toda a tarde: repórteres ligam para entrevistados, enquanto editores e outros profissionais discutem pautas.

Em nosso terceiro dia de observação, percebemos que a redação está um pouco esvaziada. Devido ao jogo da noite, o turno de alguns repórteres foi alterado. A rotina nesse dia segue muito no estilo telefone-internet-telefone. Não houve pautas externas nessa data.

Nossa observação começa com um flagra: reunião entre repórteres e coordenador do NIE no corredor da empresa. Eles discutem pautas e dividem as tarefas para os dias seguintes, decidindo que tipo de cobertura ficará sob a responsabilidade de cada repórter. Na redação, a rotina é bem parecida aos dias anteriores, sendo ainda mais tranquila e menos movimentada no que diz respeito ao fluxo de matérias.

Como o editor do *Globoesportecom/pb* ainda não está presente, os repórteres discutem pautas e cada um escolhe a que vai fazer, em comum acordo. Um dos repórteres edita a matéria para publicação no sistema online. O editor do GE chega e orienta os repórteres sobre quais pautas devem ser realizadas no período da tarde. Depois, ele pega as matérias e inicia o processo de edição dos textos e publicação no CMA.

Em seguida, o editor do GE e um repórter debatem sobre uma matéria do portal que deve entrar no impresso. Dentre os pontos destacados por eles, está o da assinatura da matéria, que foi feita por dois repórteres. Chega o coordenador do NIE e começa o processo de seleção das matérias para as páginas de Esportes no *Jornal da Paraíba* (clonagem de conteúdo).

Na quinta-feira, decidimos começar a observação participante pela redação da *TV Cabo Branco*, onde fomos acompanhar a rotina de um dos jornalistas da emissora, o qual é exclusivo

do Núcleo Integrado Esportivo. A tarde começa com a produção de matéria para o GE nacional. O profissional redige a notícia com o celular na mão. A entrevista foi feita pelo WhatsApp dias antes.

No cronograma de atividades do repórter, que formalmente é produtor da TV, está a decupagem⁴¹ de material para matéria da TV, porém, os planos são alterados por conta do surgimento de uma matéria externa (sobre o retorno do Botafogo). O jornalista faz alterações em uma pauta que será produzida no dia seguinte;

Depois que conclui a cobertura de rua e volta para a redação, ele retoma a matéria que havia iniciado para o portal. A prática da polivalência por esse profissional começou ainda quando ele era estagiário na TV.

Enquanto o produtor da TV tenta concluir a matéria que será publicada no GE, na redação do portal, o editor atende ligação de um repórter de Campina Grande para resolver uma questão sobre uso de siglas. A dúvida era se ele poderia usar o termo CMCG (Câmara Municipal de Campina Grande) sem especificar o que isso significa. O editor responde que deve, sim, ser explicado no texto.

Um repórter do portal deixa a redação para fazer uma matéria externa (greve de jogadores em Santa Rita). Pelo *WhatsApp*, eles se comunicam. Também nesse dia, o editor do GE participa de um treinamento online sobre o TR (Tempo real). O treinamento é realizado pelos editores nacionais do *Globoesporte.com*.

A rotina parece tranquila na redação. Os repórteres olham sites locais e nacionais, na conhecida ronda. O coordenador do NIE chega e logo começa a fazer um apanhado das notícias que foram publicadas no online. Ele começa a selecionar o que vai para o jornal de papel (como resultado, teremos no impresso a “clonagem de conteúdo”). Repórteres produzem notícias e repassam ao editor do GE para publicação.

Nosso último dia de observação no Núcleo Integrado Esportivo também começa pela TV *Cabo Branco*. Na redação da emissora afiliada à Rede Globo, o editor do programa “Globo Esporte”, que também é o coordenador do NIE, e os repórteres fazem uma reunião informal para definir a escala do final de semana e ajustes sobre algumas pautas. O produtor de esportes da TV cuida das pautas em vários momentos. Também procura novos fatos pela internet.

⁴¹ Trata-se da listagem de material filmado, ou gravado em fita (de vídeo ou de áudio), para posterior seleção dos trechos a serem aproveitados na edição.

Na redação do portal, um dos repórteres está em matéria externa desde o início da manhã, da qual só retorna por volta das 15h. Outros repórteres produzem pautas factuais para o online. Um quarto repórter assiste ao telejornal nacional esportivo (GE) atentamente.

Repórteres começam a conversar sobre a demora do colega na pauta que foi iniciada pela manhã. Na opinião deles, houve muita burocracia por parte dos organizadores do evento, o que altera a rotina na redação.

Logo depois, o editor do GE volta do almoço e olha a página do portal. Editores e repórteres discutem pautas. O coordenador do NIE chega para iniciar a edição do jornal do dia seguinte, um sábado, e do domingo. Para quem trabalha em jornal impresso, a sexta-feira, no jargão jornalístico, é chamada de “pescoção”, porque nesse dia são editadas duas edições e o expediente de trabalho ganha horas a mais.

Nossa semana exploratória na redação termina e percebemos que, praticamente, não há envolvimento dos profissionais contratados pelo *Globoesporte.com.br/pb* com a edição de papel e também com as dinâmicas específicas do suporte televisão, com algumas exceções. Eles pensam o online, mas ainda muito visando à cobertura factual, sem trabalhar efetivamente com uma mentalidade multimídia, e ignoram a rotina produtiva do impresso e da TV. Do mesmo modo, ocorre com os profissionais das outras plataformas.

3.2.1.1 A prática do tempo real na redação integrada

A prática da cobertura em Tempo Real (TR) está cada vez mais comum nas redações, levando ao público informações instantâneas. Segundo Moretzsohn (2002), há diferenças de ritmo de um veículo para outro, mas é notório que a “lógica” do tempo real afeta a prática do jornalismo como um todo, radicalizando a “corrida contra o tempo” que sempre marcou a profissão. Assim como o “ao vivo” está para a TV, podemos dizer que o TR está para o online. O Tempo Real explora o potencial das tecnologias dos meios digitais e sua capacidade de integrar, por exemplo, redes sociais ao seu redor, pelo menos momentaneamente (SEIBT, 2014).

No Núcleo Integrado Esportivo, essa prática está presente na cobertura de eventos - em especial jogos de futebol – feitas para o *GloboEsporte.com/pb*. Às vezes, um mesmo jornalista é responsável por acompanhar, em tempo real, a cobertura de dois jogos diferentes.

No dia 9 de março de 2015, acompanhamos a realização de TR pela equipe de João Pessoa. Chegamos à redação do *GloboEsporte.com/PB* (GE/PB) às 21h, uma segunda-feira – o portal funciona no mesmo prédio em que estão a *TV Paraíba*, o *Jornal da Paraíba* e os demais veículos da Rede Paraíba de Comunicação, em João Pessoa. Em Campina Grande, funcionam a *TV Paraíba* e a sucursal do *Jornal da Paraíba*.

É um dia atípico para jogos de futebol, mas em campo há quatro clubes paraibanos: Santa Cruz e Campinense, no Teixeira, em Santa Rita; e Lucena e Miramar, no Tomazão, no bairro do Valentina Figueiredo, em João Pessoa. Os jogos integravam a 5ª rodada do Campeonato Paraibano 2015.

Para fazer a cobertura do jogo para o portal GE, *TV Cabo Branco* e *Jornal da Paraíba*, um repórter foi enviado para cada um dos estádios. Naquele dia, o coordenador do NIE (que também é responsável pela editoria de esportes no jornal impresso e pelo programa de TV local “Globo Esporte”), estava na redação do portal para alimentar a página da Paraíba no portal com o chamado Tempo Real (TR). Ressalte-se que o jornalista estava na empresa desde a manhã, pois costuma chegar à TV por volta das 7h30.

Os dois jogos começaram às 20h30. Com celulares, câmeras fotográficas e um microfone para captação de sonoras para a *TV Cabo Branco*, os repórteres externos enviavam, por meio do aplicativo *WhatsApp*, as informações do que acontecia em campo, realizando, na prática, o que os teóricos conceituam como “jornalismo móvel” e atuando como profissional multitarefa.

A cada minuto, o coordenador do NIE recebia informações das duas disputas e acompanhava a transmissão do jogo entre Santa Cruz e Campinense também pelo rádio, cuja transmissão foi feita pela equipe da *CBN João Pessoa*. Portanto, para fazer o TR ele utilizava informações recebidas pelo celular e complementava com a narração ouvida no rádio.

O TR era alimentado com informações simples, como faltas cometidas pelos jogadores, substituição do atleta, animação das torcidas nos estádios, até dados utilizados para chamar a atenção dos torcedores internautas, como chutes a gol e breves análises do desempenho dos times (Figura 7).

FIM DE JOGO
Termina no Tomazão. O Lucena vence o Miramar e sai da zona de rebaixamento

48' 2º TEMPO

46' 2º TEMPO

45' 2º TEMPO

Twitter

Juliana Bandeira
@JUCOVINHA

O massagista foi expulso pelo árbitro porque de acordo com o regulamento o atendimento nesses casos só pode ser feito por médico #trtomazao

TABELA
Campeonato Paraibano 2015

CLASSIFICAÇÃO		PONTOS	ÚLT. JOGOS
1	TRZ	19	●●●●●
2	AUT	16	●●●●●
3	CSP	16	●●●●●
4	CAM	15	●●●●●

FIGURA 7 – Cobertura de jogo de futebol em Tempo Real no portal *Globoesporte.com* /pb

Na figura acima, identificamos que o repórter que está fazendo a cobertura externa, diretamente do campo, também pode participar do Tempo Real por meio de redes sociais, como é o caso da colaboração de Juliana Bandeira: “O massagista foi expulso (sic) pelo árbitro porque de acordo com o regulamento o atendimento nesses casos só pode ser feito por médico #tomazao”. O erro na postagem (expulso) deve-se ao perfil multitarefa que é exigido do repórter em campo: precisa observar o jogo, enviar dados para a redação, fazer registros fotográficos etc.

Percebemos que, no caso do jogo que não foi transmitido pelo rádio, o TR era alimentado menos vezes que o sistema da outra disputa. Contudo, o jornalista que estava na redação não passava mais de três minutos sem inserir os acontecimentos dos dois jogos.

Por volta das 21h20, termina o primeiro tempo das duas partidas. Durante o intervalo, o coordenador do NIE liga para os repórteres para cobrar mais informações do que está acontecendo em campo no momento (conversa entre técnico e time, bate-papo entre jogadores adversários, movimentação dos torcedores) e também o envio de fotos (feitas pelo celular e encaminhadas pelo *WhatsApp*) para alimentar o TR também nesse período, que durou cerca de 20 minutos.

Após as ligações, o responsável pelo TR fica mais atento aos comentários na rádio *CBN João Pessoa*, cujos profissionais aproveitam o intervalo do primeiro tempo de jogo para fazer uma análise da partida, dos clubes e do Campeonato Paraibano.

Às 21h40, começa o segundo tempo da disputa entre Santa Cruz x Campinense e Lucena x Miramar. Tanto o anúncio do intervalo quanto o reinício da partida são informados no TR. Percebe-se que quando não há informações relativamente importantes para os torcedores, como chutes a gol, troca de jogadores, o TR é alimentado com breves análises sobre os jogos ou sobre um jogador de destaque, desempenho dos times no campeonato etc. Como no primeiro tempo da partida, o sistema não passa mais de três minutos sem informações. Nesse dia específico, o TR não foi ilustrado com muitas fotos. Em média, foram apenas quatro de cada partida.

Finalizadas as duas disputas, por volta das 22h40, chega o momento da produção da reportagem completa para o portal, que deve entrar 15 minutos depois do fim dos jogos, obrigatoriamente (Figura 8). Para a produção do texto, o jornalista que ficou na redação (coordenador do NIE) seleciona algumas informações já postadas durante o TR e complementa com outras que ouviu na rádio. Além dos fatos das partidas, ele também insere no texto opiniões sobre o desempenho dos clubes nos jogos, faz comentários sobre a situação dos times no Campeonato Paraibano e ainda relembra informações da participação dos dois clubes nas rodadas anteriores, como a artilharia no campeonato, o retorno de jogadores machucados ou contratados e próximas partidas.

09/03/2015 22h36 Atualizado em 09/03/2015 23h29

Lucena bate o Miramar com gols de pênalti e sai da zona de rebaixamento

Ribinha converte os dois pênaltis sofridos no primeiro tempo e vira o artilheiro isolado do Campeonato Paraibano. Resultado manda o Atlético para a penúltima posição

Por GloboEsporte.com
João Pessoa

FACEBOOK TWITTER G+ PINTEREST

No duelo entre os piores times do Campeonato Paraibano até então, melhor para o Lucena. A vitória de 2 a 0 sobre o Miramar, na noite desta segunda-feira, no Estádio Tomazão, tirou o Tubarão do Norte da zona de rebaixamento, mandando o Atlético de Cajazeiras para lá. Já o Miramar permanece na lanterna e vê a segunda divisão cada vez mais perto.

TUDO SOBRE

- Paraíba
- Lucena
- Miramar

Campeonato Paraibano 2015
5ª rodada | Seg 9/3/2015

Domício espera que o Lucena volte a se encontrar no estadual
em 10/03/2015

FIGURA 8 – Página do GE mostra matéria sobre jogo após o Tempo Real

Durante uma hora e 40 minutos que acompanhamos os jogos, o coordenador do NIE ligou apenas três vezes para os repórteres. Observamos, então, que as informações utilizadas para

alimentar o TR, bem como para produzir a reportagem final, foram obtidas com o auxílio do aplicativo *WhatsApp* e a transmissão da rádio.

Constatamos ainda que o jornalista que fica na redação é o responsável por fazer o TR e produzir os textos para o portal GE e Jornal da Paraíba, configurando-se a figura do profissional polivalente. Nesse dia, por haver na disputa um clube de Campina Grande (Campinense), havia também um repórter na redação do GE trabalhando lá; ele foi o responsável por produzir a matéria sobre o jogo entre o Campinense e o Santa Cruz (publicada no portal e no jornal impresso). Já a matéria sobre a partida entre Lucena e Miramar foi feita pelo jornalista que também realizou a TR da redação de João Pessoa. A matéria publicada no portal destacou a disputa entre o time de Campina Grande e o de Santa Rita. O mesmo aconteceu com o material publicado no jornal impresso.

Por volta das 23h30, os repórteres externos voltam à redação do GE. Eles descarregam as fotos das câmeras fotográficas. As imagens, geralmente, ilustram a matéria que será publicada na edição do dia seguinte, no jornal impresso. Já as sonoras feitas em campo serão utilizadas para a produção do *off*, que compõe a reportagem para o programa “Globo Esporte”, que será veiculado às 12h40 do dia seguinte. Por conta do horário do término dos jogos, os repórteres externos não fizeram o texto do *off* para a matéria da TV, o qual será produzido no dia seguinte pelo editor do programa televisivo.

No dia em que acompanhamos o TR, não houve comunicação entre o jornalista da TR da redação de João Pessoa ou de Campina Grande com a editoria-geral do GE, localizada no Rio de Janeiro.

Para Moretzsohn (2002, p.131), a cobertura em tempo real guarda semelhanças com o ritmo das antigas agências de telex, que enviavam notas de várias partes do mundo para os jornais. “(...) Com a considerável diferença de que, então, o jornal reuniria aquele material para depois processar a informação, e agora, a relação é diretamente com o público”. No caso da cobertura realizada pelo Núcleo Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação, como já apresentado no relato acima, além da interação imediata com o público, o material do TR também é condensado e transformado no texto que vai abastecer o *Jornal da Paraíba*.

3.2.1.2 De olho na Copa do Mundo

Durante a realização desta pesquisa, também acompanhamos a cobertura da Copa do Mundo realizada pelo NIE⁴², a qual contou com produção de suplemento para impresso, *hotsite* no portal do *Jornal da Paraíba*, bolão para interação com o público e matérias nas TVs *Cabo Branco* e *Paraíba* (incluindo a criação de um quadro específico para abordar o tema), além do projeto “Torcida na Praça”. A partir de maio de 2014, intensificaram-se as matérias sobre o Mundial. Como um dos jogadores escalados para atuar na Seleção Brasileira era da Paraíba, houve mais oportunidades de criar pautas, lembrando a figura do atacante Hulk.

Quando a pauta exigia sair da redação, muitas vezes repórteres tinham de apurar, fotografar, fazer sonoras, e redigir texto para o portal, como foi o caso da cobertura sobre o “*Tour da Taça*” que passou por João Pessoa no dia 11 de maio de 2014. Nessa data, a repórter Larissa Keren acompanhou os visitantes que foram à Estação Cabo Branco – Ciência, Cultura e Artes ver de perto o troféu da “Copa do Mundo da Fifa”. A profissional, numa atuação de jornalista polivalente, fez matérias e fotos para o portal *GloboEsporte.com/pb*, ouvindo turistas, habitantes da cidade e também ativistas que protestavam contra a realização do Mundial no Brasil.

A produção de Larissa Keren, bem como dos outros profissionais do NIE, também foi aproveitada em outras plataformas, como no *hotsite* hospedado no portal do *Jornal da Paraíba* e na versão impressa do jornal (clonagem de conteúdo). Dependendo do veículo, a linguagem dos textos sofria algumas adaptações antes da publicação do material.

No *Jornal da Paraíba*, o acompanhamento mais sistemático do noticiário esportivo referente à Copa do Mundo no Brasil começou no dia 4 de maio de 2014, com a estreia do suplemento “De Olho na Copa” (Figura 9). Normalmente, o conteúdo produzido pela editoria de Esportes é veiculado nas páginas de Cidades, sendo duas páginas de terça-feira a sábado (o jornal não circula às segundas-feiras) e três páginas aos domingos. Para que os custos industriais não aumentassem tanto com o lançamento do suplemento, a empresa optou por reduzir o caderno de Cidades para seis páginas. O conteúdo esportivo que não se referisse ao Mundial foi veiculado em uma das páginas do caderno de Cidades.

⁴² O acompanhamento desse trabalho resultou na publicação do artigo “Copa do Mundo, midiaticização e convergência jornalística: a cobertura do Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação”, assinado em coautoria com a pesquisadora Sandra Regina Moura, orientadora da presente pesquisa.



FIGURA 9 – Acervo digital do Jornal da Paraíba mostra primeira edição do suplemento “De Olho na Copa”

O caderno “De Olho na Copa” foi produzido em formato tabloide (no qual a página mede 29,7 cm x 26,2cm), diferentemente do *standard* (52cm x 29,7cm) adotado pelo jornal. A primeira edição contou com 12 páginas coloridas, sem anúncios, incluindo a história das Copas, reportagem sobre os jogadores convocados para o Brasil, matérias sobre outras seleções, além da tabela do campeonato. Ao longo da cobertura do Mundial, o tamanho do caderno variou entre oito e 12 páginas. A partir do dia 18 de maio, o suplemento passou a circular com quatro selos comerciais na capa e anúncios no formato rodapé no corpo do especial.

A maioria do conteúdo veiculado no suplemento era oriunda de agências de notícias, mas o caderno também contava com duas crônicas diárias assinadas pelo editor de Esportes do *Jornal da Paraíba*, Expedito Madruga, e pelo editor do portal *Globoesporte.com/pb*, Phelipe Caldas. As edições ainda traziam uma charge produzida pelo cartunista William Medeiros, da Rede Paraíba de Comunicação.

O projeto de cobertura da Copa do Mundo 2014 no *Jornal da Paraíba* também contou com um *hotsite* (<http://sites.jornaldaparaiba.com.br/deolhonacopa/>), hospedado no portal do veículo. Para atualização do material, dois integrantes do NIE foram contratados para dar um segundo expediente, como *freelancers*. O *hotsite* “De Olho na Copa” entrou no ar 15 dias depois da estreia do suplemento impresso e levava aos internautas notícias, vídeos e galeria de fotos. Também oferecia a possibilidade de o público participar de um bolão e concorrer a prêmios. Só

apostando desde o início é que o internauta tinha a possibilidade de concorrer a todos os prêmios (uma moto e quatro televisores).

No espaço dedicado ao bolão, também eram veiculados vídeos com palpites dos jornalistas Phelipe Caldas, Expedito Madruga e Bruno Filho, da rádio *CBN João Pessoa*. Nos vídeos, os comentaristas falavam sobre as partidas mais recentes da Copa, relacionando-as aos palpites que haviam sido dados por eles e apresentavam suas apostas para os jogos futuros. Levantamento de métricas dos produtos digitais do portal *Jornal da Paraíba* mostra que, durante o mês de junho, o hotsite “De Olho na Copa” atraiu 12.076 visitas, enquanto o bolão contabilizou 23.090 visitas nos 30 dias do mês.

No dia 18 de junho, um dia após o jogo entre Brasil e México, o *Jornal da Paraíba* trouxe na capa um *QR-Code* que guiava os leitores ao hotsite “De Olho na Copa”. Abaixo do código, havia a seguinte chamada: “No site ‘De Olho na Copa’, confira galeria com fotos de ‘Brasil x México’, além dos palpites do bolão para os jogos da semana”. Por meio do *QR-Code* e com um aplicativo disponível em *smartphones*, os leitores são levados diretamente ao conteúdo do portal.

A decisão de criar um suplemento de Copa no *Jornal da Paraíba* também provocou outras mudanças: o caderno de Economia, que era fechado pelo Jornalismo até as 22 horas, passou a ter o *deadline* de 21 horas para que o suplemento com as notícias do Mundial pudesse ser editado mais tarde, sem sobrecarregar a gráfica. Do mesmo modo, foi contratado como *freelancer* um segundo editor de Esportes, com o objetivo de facilitar o processo operacional de edição das páginas e não atrasar a entrega dos jornais para os leitores.

Mesmo com o acréscimo de dois profissionais para produzir conteúdo para o “De Olho Na Copa” digital, como citado anteriormente, houve alguns problemas com o conteúdo online. No dia 23 de junho, por exemplo, quando o Brasil jogou contra a seleção de Camarões, o resultado da partida foi publicado no hotsite, como de costume, mas não foi colocado na *home* do portal do *Jornal da Paraíba*, o que gerou reclamações da direção da empresa. Como até então o portal do jornal não tinha um editor específico (o editor do *G1 Paraíba* acumulava a função de editar o portal do *Jornal da Paraíba*, o que só foi resolvido em julho de 2014), a prioridade era alimentar outras plataformas da empresa.

Durante a cobertura esportiva do Mundial, as TVs *Cabo Branco* e *Paraíba* criaram o quadro “Cantinho da Copa” (com ambientação específica sobre o tema), de onde eram chamadas as matérias e abria-se espaço para a participação de integrantes do NIE, os quais comentavam os

principais fatos relacionados ao campeonato mundial. No quadro, também eram exibidas diariamente foto enviadas pelos telespectadores, em clima de torcida pelo Brasil.

O “Cantinho da Copa” era veiculado diariamente, sob o comando do jornalista Plínio Almeida, no programa Bom Dia Paraíba. A ideia era que nesse espaço também fossem recebidos outros profissionais da Rede Paraíba de Comunicação para um bate-papo sobre a Copa.

A repórter Renata Vasconcellos, que na época fazia parte do Núcleo Integrado Esportivo, participou pela primeira vez do quadro “Cantinho da Copa”, no dia 18 de junho de 2014 (Figura 10).



FIGURA 10 – Reportagem no site da TV Cabo Branco destaca participação de repórter do GE no quadro televisivo “Cantinho da Copa”

No programa, Renata avaliou o resultado do jogo entre Brasil e México. Nessa data, o coordenador do NIE, Expedito Madruga, também participou do bate-papo. Em entrevista ao site da *TV Cabo Branco*, a jornalista comentou sobre sua presença no quadro, destacando que a “conversa” foi produtiva, bem como a importância de haver uma presença feminina nas discussões sobre futebol: “(...) até para quebrar o tabu em cima das mulheres. Gostei de ter participado, apesar do nervosismo, já que foi minha primeira vez na tela e ao vivo”.

No dia 25 de junho de 2014, o estagiário Lucas Barros, que fazia parte do Núcleo Integrado de Esportes, participou do programa. No diálogo com Plínio Almeida, o estagiário comentou sobre os jogos mais recentes, dentre os quais a vitória da Grécia sobre a Costa do

Marfim, bem como a partida entre Inglaterra e Costa Rica. Essa foi a primeira experiência do estudante de Jornalismo à frente das câmeras. Lucas Barros aliava os estudos acadêmicos na Faculdade Maurício de Nassau, em João Pessoa, com o estágio na *TV Cabo Branco*, produzindo conteúdo para o programa *Globo Esporte* e também para o portal de notícias [Globoesporte.com/pb](http://globoesporte.globo.com/pb/) (<http://globoesporte.globo.com/pb/>).

A *TV Cabo Branco* também lançou o projeto “Torcida na Praça”, para transmissão dos jogos do Brasil em espaços públicos da cidade de João Pessoa. A ideia era buscar uma maior aproximação com o público, levando a comunidades da capital paraibana uma estrutura com montagem de pavilhão nas praças, incluindo cadeiras, banheiros químicos e um telão de LED para exibição das partidas em HD (*High Definition*). Antes do início dos jogos, havia shows musicais. Por meio de parcerias, o espaço também contou com suporte do Samu (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência). Também foram oferecidos à comunidade, gratuitamente, serviços de manicure e maquiagem com tema da Copa do Mundo.

O apresentador Bruno Sakaue comandava a programação nas praças, interagindo com a população, enquanto repórteres da emissora afiliada da Rede Globo faziam a cobertura das exibições e acompanhavam os jogos com os telespectadores. Os repórteres gravavam *flashes* para três telejornais: Bom Dia Paraíba, JPB-1ª Edição e JPB-2ª Edição. A programação também contava com cobertura feita pela equipe do *Jornal da Paraíba*. Após a realização de cada projeto, uma galeria de fotos era publicada no site da emissora.

Inicialmente, o projeto “Torcida na Praça” iria ter apenas três edições. Com a boa aceitação dos telespectadores, a *TV Cabo Branco* estendeu a programação e realizou uma enquete com o público para decidir onde seria o próximo evento para o jogo entre Brasil e Colômbia, no dia 6 de julho. Cerca de 4 mil telespectadores, segundo dados da emissora, participaram da enquete por meio de telefone e internet. Para o jogo entre Brasil e Alemanha, no dia 8 de julho, também foi realizada mais uma edição do evento. Dessa vez, na Praça São Gonçalo, no bairro da Torre.

O repórter e apresentador esportivo da *TV Cabo Branco* Kako Marques participou da cobertura da Copa do Mundo pelo SporTV, que é o canal de esportes da Globosat, uma das maiores programadoras de TV por assinatura no Brasil. O jornalista ficou em Natal-RN, uma das cidades-sedes do Mundial, durante 20 dias, o que correspondeu à primeira fase da Copa.

A cobertura focou mais as pautas de comportamento, em torno da Copa e das torcidas. Em uma das reportagens, o jornalista entrou ao vivo nas transmissões da Globo via *mochilink*,

que é uma estação de transmissão ao vivo por meio de internet. Com isso, o repórter pode fazer entrada de qualquer ponto desde que exista uma boa conexão de internet. O *mochilink* é utilizado por agências de notícias e emissoras de TV de todo o mundo. A transmissão é feita por meio de redes disponíveis na região, como de celular 3G, *wi-fi* etc.

Ainda em Natal, Kako gravou alguns *stand-ups* para o programa Bom dia Paraíba, acompanhando a chegada de torcedores de João Pessoa ao Rio Grande do Norte. De volta a João Pessoa, após o final da primeira fase da Copa, Kako Marques participou do quadro "Cantinho da Copa", como comentarista dos jogos e também relatando a experiência da cobertura em Natal. Também trabalhou durante o projeto "Torcida na Praça", inclusive fazendo uma entrada ao vivo, atendendo a chamado do narrador esportivo Galvão Bueno, durante o jogo Brasil x Colômbia.

Apesar de não fazerem parte do Núcleo Integrado Esportivo, profissionais da rádio *CBN João Pessoa* trabalharam em parceria com outros veículos em alguns momentos da cobertura do Mundial. Um exemplo foi a participação do radialista Ronaldo Belarmino no quadro "Cantinho da Copa", veiculado no programa Bom Dia Paraíba, evidenciando a prática de "coopetição".

Boa parte das ações realizadas pela Rede Paraíba de Comunicação durante a cobertura sobre a Copa do Mundo 2014 era divulgada pela própria emissora, por meio de matérias em impresso, online, rádio e TV, antes ou após os eventos, o que nos remete ao conceito de autorreferencialidade do processo produtivo, presente na hipótese de "analítica da midiaticização", de Fausto Neto (2009):

(...) Segundo um novo modelo de enunciação posto em prática, trata-se de produzir um uma enunciação na qual fale de si mesma, através do que privilegia não representações de um mundo externo, mas suas próprias operações, nas quais se explicitam os fundamentos de seus próprios processos interpretativos. A isso poderíamos definir como discurso auto-referencial e que se caracterizaria pela chamada de atenção da sua própria existência, do seus processos de enunciação, dos seus modos de conhecer (FAUSTO NETO, 2009, p. 98).

3.2.2 Perfil do jornalista que atua no Núcleo Integrado Esportivo

Além da observação da rotina produtiva do Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação, também foi adotado um questionário (ver apêndice B), com perguntas fechadas e abertas, aplicado entre os integrantes do NIE. Ainda durante a aplicação das questões, foi

possível perceber alguns tensionamentos do processo de convergência jornalística. Conseguimos fazer a aplicação do questionário com os 16 profissionais que fazem parte do NIE.

O questionário foi aplicado em agosto de 2014 e contou com 42 questões sobre funções da rotina produtiva em ambiente de convergência jornalística, capacitação profissional oferecida pela empresa, remuneração, base de dados em jornalismo etc. Esse desenho de recorte empírico também nos possibilitou traçar o perfil dos jornalistas que atuam no NIE, compondo ainda um mapa etnográfico com dados sobre gênero, faixa etária, formação, faixa salarial, dentre outros. A equipe do NIE é formada, principalmente, por jovens da chamada Geração Digital; em grande parte, são homens, com formação em cursos de Comunicação Social de universidades públicas, e que estão tendo a primeira experiência com redação integrada na Rede Paraíba de Comunicação.

A maioria dos integrantes do NIE tem entre 20 e 30 anos de idade (68,75%); 18,75% estão na faixa etária entre 30 e 40 anos e 6,25% entre 40 e 50 anos. Um dos profissionais tem mais de 50 anos de idade. O núcleo esportivo conta com 13 jornalistas do sexo masculino (81,25%) e três, feminino (18,75%). Esse dado contrasta com os resultados da pesquisa Perfil do Jornalista Brasileiro⁴³, realizada pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) em 2012, e que apontou que 64% dos jornalistas do país são mulheres. A diferença nos números está diretamente relacionada à editoria em questão, visto que a cobertura esportiva sempre atraiu mais jornalistas do sexo masculino. A presença de mulheres no Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação já é um avanço nessa área.

Em relação à formação, 87,5% dos membros do NIE cursaram (ou estão estudando) Jornalismo em instituições da Paraíba, sendo que três são estagiários oriundos de instituição de ensino superior particular. Dois profissionais não responderam os tópicos sobre formação, visto que obtiveram o registro de jornalista mesmo sem possuir diploma. Entre os que concluíram o curso de Comunicação Social-habilitação Jornalismo, 56,25% o fizeram na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa, e 31,25% na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), em Campina Grande.

Em relação ao tempo de trabalho como jornalista (incluindo o período de estágio), 43,75% estão no mercado entre 2 e 4 anos; 25% entre 5 e 10 anos; e 18,75% entre 15 e 36 anos (são três profissionais nessa situação). Um dos entrevistados não respondeu essa questão e outro

⁴³ Disponível em http://www.fenaj.org.br/reinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf

(estagiário) tinha menos de um ano de experiência, na época da aplicação do questionário. Metade da equipe do NIE atua com jornalismo esportivo entre 2 e 4 anos (50%); 18,75% de 5 a 10 anos e o mesmo percentual de 14 a 36 anos (três profissionais). Duas pessoas trabalham há menos de um ano com cobertura esportiva (12,5%).

De modo geral, conforme já apontado por Figaro (2013, p.182), os jornalistas do NIE estão conscientes de que a profissão mudou muito nos últimos anos, principalmente a partir das novas tecnologias. Em nossa pesquisa, constatamos que 100% dos entrevistados concordam que os jornalistas devem estar preparados para realizar diferentes tarefas por exigência do mercado de trabalho. Todos também se mostraram favoráveis à existência de núcleos integrados de produção jornalística. Para 81,25%, esta foi a primeira experiência em um núcleo integrado de produção de conteúdo, enquanto 18,75% informaram que já tiveram outras experiências de sinergia entre equipes.

Tabela 1:

Esta é a primeira vez que você trabalha em núcleo integrado de produção de conteúdo?

SIM	13	81,5%
NÃO	3	18,75%

Como pensamento da quase maioria dos participantes da pesquisa, tem-se ainda que é melhor possuir um perfil polivalente, ainda que 100% avaliem que a exigência da polivalência por parte das empresas aumente a responsabilidade dos profissionais. Segundo Pereira (2014), vários estudos sobre novas configurações do mercado laboral e em particular do jornalismo (DEUZE e MARJORIBANKS, 2009; FIGARO, 2013; Jorge PEREIRA e ADGHIRNI, 2011) tendem a enfatizar a polivalência como um atributo capaz de minimizar a insegurança na profissão.

Indagados se era melhor atuar com apenas uma função do que ter um perfil polivalente em uma redação, 87,5% optaram pelo “não” contra 12,5% que escolheram o “sim”. Um dos entrevistados que gostaria de ter apenas uma função é nativo analógico⁴⁴, está na faixa etária dos

⁴⁴ Relembrando Costa (2014, p. 4), o nativo analógico não domina o universo digital, mas muitos deles se esforçam para se virar no mundo digital: “Os nativos analógicos usaram papel carbono para fazer cópias de um mesmo texto (...) e conheceram celular e e-mail já na idade adulta”.

50 anos de idade, atua como jornalista há mais de 36 anos e, visivelmente, não se adapta ao perfil “multitarefa”, exigido pela era da convergência jornalística. Quem defende apenas uma função e não o perfil polivalente usa a qualidade do material a ser produzido como justificativa: “Com a cabeça focada apenas na editoria de esportes, por exemplo, você tem a condição de produzir mais e melhor para o esporte, ter mais ideias e evoluir na função”.

A maioria dos entrevistados, como já foi dito, defende a polivalência e a versatilidade do profissional, o que fica claro em seu discurso:

- A polivalência contribui para um maior aprendizado, o que gera a versatilidade do profissional;
- Acredito que a polivalência, além de deixar o trabalho mais dinâmico, proporciona uma experiência enriquecedora;
- Ao passo que acho importante uma empresa investir em jornalismo especializado, vejo que é importante também o profissional ser polivalente, afinal, o jornalista deve estar preparado para tratar sobre qualquer assunto e em qualquer mídia;
- Acho que o jornalista deve estar preparado para desempenhar todas as funções;
- A visão da função polivalente é muito maior, no sentido de entender o produto factual da concepção até o material ir ao ar ou publicação;
- Acho que a integração ajuda a ter mais habilidades como jornalista, e isso acaba melhorando a qualidade do profissional;
- Apesar de termos uma carga de trabalho maior, a multifunção nos ajuda a trabalhar e aprender outras funções jornalísticas, como edição, fotografia. Então, a redação integrada pode nos servir futuramente, quando assumirmos outras funções na empresa ou fora dela;
- No núcleo de esportes, é bem complexo exercer apenas uma função; caberia mais no rádio, pois a “urgência” da polivalência é menor. Já numa redação, tanto na TV como no portal, é extremamente necessário realizar várias funções;
- A partir do momento em que você desempenha várias funções, acaba aperfeiçoando o trabalho e adquirindo mais conhecimento no campo do jornalismo;
- Ter várias funções acaba tornando o profissional mais completo, principalmente para saber quais dificuldades podem acontecer nas determinadas funções e saber como contornar situações;
- Não, o melhor é ser polivalente. Preparado para as várias atividades;
- Porque você tem mais disponibilidade para produzir um bom texto;
- Porque o profissional fica restrito apenas a executar aquela função. Realizando assim uma função fordista e impossibilitante (*sic*) de avançar;
- Um jornalista polivalente é mais capacitado para enfrentar os desafios gerais do dia a dia;
- Ter múltiplas funções facilita o desempenho jornalístico em todos os aspectos ou editorias (informação verbal)⁴⁵.

Ainda que sejam favoráveis à polivalência, fica evidenciado que os profissionais buscam aprender novas técnicas com o objetivo de manter a empregabilidade ou mesmo de ascender

⁴⁵ Registros obtidos de modo anônimo, a partir de aplicação de questionário com integrantes do Núcleo Esportivo Integrado. (ago. 2014) Aplicação: Angélica Gomes de Oliveira Lúcio Carneiro. João Pessoa, 2014. O modelo do questionário se encontra no Apêndice B desta dissertação.

profissionalmente e não porque seria melhor para o fazer jornalístico. Esse novo cenário surgiu com a reorganização do mundo do trabalho, no qual os jornalistas se tornaram profissionais multifuncionais e polivalentes:

A industrialização, os interesses financeiros e as transformações tecnológicas fizeram com que o jornalismo e os jornalistas tivessem que repensar sua atuação. Divididos entre manter a credibilidade, os ideais do jornalismo e o emprego, atrelados a questões econômicas, políticas e mercantilistas, renderam-se a um novo papel (NONATO, 2013, p. 163).

Ainda com base no questionário aplicado, se lhes fosse dado escolher, a maioria dos entrevistados (81,25%) não gostaria de trabalhar com produção de conteúdo para apenas uma plataforma enquanto apenas três profissionais (18,75%) gostariam de fazê-lo - um dos entrevistados, inclusive, informou que gostaria de ampliar mais a atuação em multiplataforma. Chama a atenção esse resultado, principalmente quando se leva em consideração que todos os jornalistas consultados (100%) consideram que a necessidade de um perfil polivalente aumenta a responsabilidade dos profissionais envolvidos no NIE.

Os profissionais do jornalismo pós-industrial agora são máquinas de produção da informação, conforme lembrado por Marshall, apud Nonato (2013). Tornaram-se peças maleáveis do processo produtivo fordista e taylorista, capazes de se adaptar a variadas necessidades e situações. Percebem que há mudanças no mercado, mas se sujeitam às transformações e poucos criticam o novo sistema.

Dentre as atribuições desempenhadas atualmente no Núcleo Integrado Esportivo, “apuração, redação, fotografia e edição” foram apontadas por 75% dos entrevistados como funções que fazem parte da rotina de trabalho. Além desses itens, um dos profissionais também faz sonoras, outro ainda é responsável por fazer locuções e apresentação de programas de TV e há ainda outro que coloca a função de “revisão” como acréscimo ao rol apuração-redação-fotografia-edição.

Um dos jornalistas também apontou como atribuição rotineira “discutir pautas e ‘vendê-las’ para a redação nacional”, além de ser preciso “organizar questões de ordem burocrática”. Ainda sobre as atribuições, temos que 12,5% só apuram e redigem, 6,25% desempenham a multitarefa de redação, locução, edição e apresentação e outros 6,25% apuram, redigem e

fotografam. Também foi possível identificar que mesmo estagiários estão sendo responsáveis pelo processo de edição no online.

Esse quadro nos remete ao cenário apresentado pela pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de Comunicação* (realizada entre 2006 e 2008, na USP), na qual o comunicador hoje está dividido entre a função de informar os fatos e a de atender as demandas de um mercado de trabalho cada vez mais competitivo. Para os especialistas críticos da convergência, o jornalista polivalente é a justificativa perfeita para a redução de equipes. A pesquisa citada mostra que:

(...) os jornalistas tornaram-se profissionais multifuncionais e polivalentes, obrigados a atuarem como repórteres, redatores, fotógrafos e cinegrafistas; às vezes, ao mesmo tempo. São profissionais requisitados em todas as áreas, que precisaram se adaptar às demandas da nova tecnologia, aprendendo a produzir informação para diversas mídias (NONATO, 2013, p. 165).

No segundo semestre de 2014, a maioria dos integrantes do NIE produzia conteúdo jornalístico para diferentes plataformas. Dentre os entrevistados, 50% incluíam na rotina produtiva atividades que implicassem em produção de material para televisão, jornal impresso e online. Três (18,75%) trabalhavam apenas para o impresso e online e o mesmo número de profissionais desempenhava funções somente para a televisão. A atuação exclusiva no portal envolve dois entrevistados. Ainda durante a aplicação do questionário, ocorrida em agosto de 2014, ficou evidente que a cultura de integração não está consolidada, visto que alguns profissionais ignoram, inclusive, como seu conteúdo é aproveitado pela rede. Um diálogo presenciado entre os jornalistas resume a situação, visto que há profissionais que desconhecem se produzem para o impresso, não sabem se o material feito para o portal é aproveitado no *Jornal da Paraíba* e também mostram desconhecimento em relação à existência do próprio Núcleo Integrado Esportivo.

Sobre a produção de conteúdo personalizado e que leva em consideração a linguagem específica de cada veículo (jornal impresso, online e televisão), apenas três jornalistas (18,75%) avaliam que não trabalham dessa forma, enquanto 75% dos entrevistados afirmam que produzem conteúdo conforme as características de cada plataforma. Um dos profissionais consultados não respondeu essa questão.

Tabela2:

O conteúdo produzido por você é personalizado e leva em consideração a linguagem específica de cada meio?

SIM	12	75%
NÃO	3	18,75%
Não respondeu	1	6,25%

Ainda nessa linha, 87,5% dos entrevistados responderam que o material que é produzido para o online é adaptado antes de ser publicado no impresso. Um dos jornalistas acrescentou que isso também se aplica em relação ao online e à televisão. Dois entrevistados não responderam a questão, provavelmente porque só produzem para a TV.

Tabela3:

O material que é produzido para o online é adaptado antes de ser publicado no impresso e vice-versa?

SIM	14	87,5%
NÃO	—	-
Não respondeu	2	12, 5%

A adaptação do material do online para o impresso não é feita pelos jornalistas que produziram a matéria original, mas pelo editor do *Jornal da Paraíba* e, eventualmente, do *Globoesporte.com*. Muitas vezes, no entanto, altera-se apenas o tempo verbal das matérias, e as notícias que já foram publicadas no online são repetidas, posteriormente, no impresso. “(...) A convergência comporta a homogeneização dos discursos e a consequente perda de pluralismo. Ademais, quando não se respeitam as especificidades da linguagem de cada suporte e o imediatismo prevalece sobre a análise, a qualidade também baixa” (MICÓ; MASIP; BARBOSA, 2009, p. 14).

Em relação à capacitação profissional para atuação multiplataforma na Rede Paraíba de Comunicação, 87,5%% dos jornalistas informaram que não receberam treinamento. Dois

profissionais (12,5%) disseram que receberam treinamento, sendo que um desses também marcou a alternativa “não”, justificando que não houve um treinamento específico para as multiplataformas, mas outros cursos que “acabam por colaborar com o fazer jornalístico”. Outro jornalista destacou que recebeu treinamento, mas somente para atuar no online.

Tabela 4:

Você recebeu treinamento profissional da empresa para atuar em multiplataformas na Rede Paraíba de Comunicação?

SIM	2	12,5%
NÃO	14	87,5%

Suscitados a exemplificar o tipo de treinamento oferecido pela empresa, foram apontados “edição de texto online” e “uso de novas tecnologias”. Um dos jornalistas entrevistados também informou que passou por cursos de jornalismo esportivo e de uso dos sistemas específicos da *Globo.com* e que vinha solicitando, há algum tempo, um curso de “edição de vídeo”. Outro entrevistado pontuou que, no início do processo de integração, a proposta era que os integrantes do núcleo esportivo fizessem cursos de fotografia, mas que isso não chegou a se concretizar.

Destaca-se a falta de atenção do grupo de comunicação à capacitação de seus profissionais para atuação em multiplataforma, principalmente quando relembramos que Salaverría (2003) enfoca essa necessidade quando aborda a dimensão profissional da convergência jornalística.

La formacion es sin duda el principal reto em el âmbito profisional. Existe todavia una notable ignorância em las redaciones sobre que son, como se usan y para que sirven los recursos digitales en el periodismo. Los periodistas, tanto los jovens, como los veteranos, deben aprender a aprovechar a fondo los enormes potencialidades para la mejora de su trabajo que les ofrecen esos recursos digitales. Para conseguirlo, las empresas de comunicacion deberian establecer planes de formacion que, sin duda, a médio plazo mejorar na la calidad del trabajo realizado por sus periodistas (SALAVERRÍA, 2003, p. 4).⁴⁶

⁴⁶ Em tradução livre: a formação é, sem dúvida, o principal desafio em âmbito profissional. Existe, no entanto, uma considerável ignorância nas redações sobre quem são, como se usam e para que servem os recursos digitais no jornalismo. Os jornalistas, tanto os jovens como os veteranos, devem aprender a aproveitar plenamente o enorme potencial que lhes oferecem os recursos digitais, para a melhoria de seu trabalho. Para consegui-lo, as empresas de comunicação devem estabelecer planos de formação que, a médio prazo, sem dúvida irá melhorar a qualidade do trabalho realizado por seus jornalistas.

A maioria dos jornalistas do núcleo esportivo informou que sabia que teria de desempenhar múltiplas funções (repórter, redator, editor, fotógrafo etc), ao ser contratado pela Rede Paraíba de Comunicação. Dentre os entrevistados, 68,75% optaram pela resposta “sim” e 31,25% pelo “não” – nesse caso, esses profissionais são anteriores à criação do Núcleo Integrado Esportivo.

Tabela 5:

Quando você foi contratado sabia que teria de desempenhar múltiplas funções (repórter, redator, editor, fotógrafo etc) na Rede Paraíba de Comunicação?

SIM	11	68,75%
NÃO	5	31,25%

No dia a dia, a quantidade de pautas recebidas varia muito; metade (50%) executa uma média de três pautas por dia. Quatro entrevistados (25%) afirmaram que chegam a cumprir quatro ou mais pautas por jornada de trabalho, enquanto 18,75% recebem apenas duas pautas diárias. Um entrevistado não respondeu.

Em relação à remuneração, quase todos os jornalistas (87,5%) concordam que o salário do jornalista polivalente deveria levar em consideração a produção de conteúdo para diferentes plataformas. Apenas dois entrevistados discordaram do pensamento da maioria e um deles justificou que uma possível maior remuneração não deveria estar relacionada à polivalência no jornalismo, mas considera “que os salários em média são baixos”.

Tabela 6:

Por atuar no Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação você recebe um salário maior do que o de outros profissionais do mesmo grupo que produzem conteúdo para apenas uma plataforma?

SIM	2	12, 5%
-----	---	--------

NÃO	14	87,5%
-----	----	-------

Ressalte-se que, em todo o Núcleo Integrado Esportivo, apenas dois entrevistados (12,5%) informaram que recebem um salário maior do que o de outros jornalistas do mesmo grupo que produzem conteúdo para uma única plataforma. Outro jornalista justificou que recebe um salário maior que os demais colegas, mas não em função da convergência jornalística: “A remuneração maior que recebo está ligada a um número maior de horas que trabalho por dia e não por causa das várias plataformas. Ainda quando cubro férias no jornal, o pagamento está relacionado a novas atribuições e aumento de carga de trabalho”.

A prática de não oferecer uma remuneração maior ao profissional multiplataforma, infelizmente, não ocorre apenas na Paraíba. Ferrenho crítico do fenômeno da convergência jornalística, Kischinhevsky (2010, p. 10) pontua que “em todas as grandes redações do país, em maior ou menor grau, jornalistas passaram a ser instados a colaborar com diversos veículos, sem qualquer gratificação”. Para o autor, a escassa oferta de empregos no país faz com que os profissionais se sujeitem a situações abusivas, naturalizando-as.

Conforme Saad (2012), para um processo bem-sucedido de integração de redações, o World Editors Forum (WEF) recomenda alguns princípios aplicáveis a quaisquer empresas informativas, já citados no Capítulo 1, dentre os quais está incluída a necessidade de se definir “recompensas financeiras para os jornalistas envolvidos” no processo. Tal medida, como se percebe pelo resultado do questionário, não é colocada em prática na Rede Paraíba de Comunicação. Uma possível solução para esse problema de remuneração no NIE, e que está de acordo com os princípios do WEF, seria adotar uma gratificação variável para cada jornalista com base no que ele produz para um meio distinto em um mês.

A remuneração entre R\$ 1.300 a R\$ 1.800 por mês contempla 43,75% dos jornalistas entrevistados e 25% recebem menos de R\$ 800 por mês (os estagiários). Dois profissionais (12,5%) recebem entre R\$ 1.800 e R\$ 2.500 por mês, enquanto um tem remuneração entre R\$ 3.500 a R\$ 4.500. Apenas um entrevistado conta com salário acima de R\$ 5.000 para atuar no Núcleo Integrado Esportivo. Uma pessoa não respondeu ao questionário. O piso salarial do jornalista na Paraíba, em 2014, era de R\$ 1.596,18⁴⁷.

⁴⁷ Na época, o piso salarial de jornalista na Paraíba equivalia a US\$ 711,6, considerando-se a cotação do dólar comercial em abril de 2014, mês de dissídio da categoria (US\$ 2,243).

A maioria dos membros do NIE faz uma jornada de trabalho que não ultrapassa as cinco horas estabelecidas pela legislação para os jornalistas. Um dos entrevistados fez questão de registrar, no questionário, que também fazia plantões, além da jornada tradicional. Dentre os que fazem mais de sete horas de trabalho, alguns chegam a passar mais de nove horas na redação, segundo constatamos em nossa observação participante, mas há pelo menos um dos jornalistas que tem contrato em carteira com mais de um veículo do grupo de comunicação, o que justificaria o excesso de horas.

Tabela 7:

A sua jornada de trabalho é de quantas horas?

DE 5 HORAS	5	31,25%
DE 5 A 7 HORAS	7	43,75%
MAIS DE 7 HORAS	3	18,75%
OUTROS	1	6,25%

Sobre o tempo disponível para a produção de conteúdo em ambiente multiplataforma, apenas 25% dos entrevistados se dizem insatisfeitos contra 68,75% que se mostram satisfeitos. Um dos jornalistas não respondeu essa questão. O fato de a maioria estar satisfeita com o tempo despendido na produção para o Núcleo Integrado Esportivo pode estar diretamente relacionado ao fato de pouco, ou quase nunca, realizarem matérias fora da redação o que geralmente demanda mais tempo. Além disso, há um controle severo nas empresas do grupo em relação à jornada de trabalho, para evitar horas-extras desnecessárias e irregularidades em relação à marcação de ponto. Tal medida tem o objetivo de prevenir eventuais problemas com a Justiça trabalhista.

Tabela 8:

Em relação ao tempo disponível para produção de conteúdo você está:

SATISFEITO	11	68,7 5%
------------	----	---------

INSATISFEITO	4	25%
<i>Não respondeu</i>	1	6,25%

Para 25% dos entrevistados, a saída para coberturas externas ocorre com a frequência de “uma vez por semana”, enquanto 18,75% afirmam que “raramente” são pautados para coberturas que exigem sair da redação. Vinte e cinco por cento dos entrevistados informaram que fazem coberturas externas todos os dias e o mesmo percentual, de duas a três vezes por semana. Um entrevistado não respondeu a questão.

Tabela 9:

Com que frequência você é pautado para coberturas que exigem sair da redação?

RARAMENTE	3	18,75%
DIARIAMENTE	4	25%
UMA VEZ POR SEMANA	4	25%
2 A 3 VEZES POR SEMANA	4	25%
<i>Não respondeu</i>	1	6,25%

Como citado no Capítulo 1, Barbosa (2008) define as bases de dados como agentes centrais para assegurar redações integradas e operando conforme a lógica do jornalismo convergente. Para 93,75%% dos entrevistados do NIE, a existência de uma BD facilitaria o processo de convergência jornalística entre os veículos da Rede Paraíba de Comunicação (um entrevistado não respondeu).

Tabela 10:

Você concorda que a existência de uma base de dados facilitaria o processo de convergência jornalística entre os vários veículos da Rede Paraíba de Comunicação?

SIM	15	93,75%
-----	----	--------

NÃO	-	-
Não respondeu	1	6,25%

Mais da metade (62,5%) dos jornalistas do núcleo integrado sabem o que é uma base de dados, enquanto 37,5% desconheciam o termo até serem informados durante a pesquisa. Sete entrevistados (43,75%) disseram que a Rede Paraíba contava com uma BD e o mesmo número de profissionais disse que não existia (de fato, não existe para todo o grupo, havendo uma experiência mais completa nas TVs Cabo Branco e Paraíba, com o uso do *Easy News*). Um dos jornalistas não respondeu.

Os profissionais que integram o Núcleo Integrado Esportivo apontaram porque consideram que uma base de dados seria importante no processo de convergência:

- Ajuda a integrar mais os membros da equipe e evita choques de função;
- Assim fica mais fácil de trabalhar e discutir pautas;
- Todos os veículos estariam em consonância;
- Uma base de dados poderia facilitar o trabalho de integração, desde a apuração até a veiculação final da informação, seja no impresso, online ou televisão;
- Às vezes, não sabemos o que a TV está fazendo. Se essa base de dados existisse, nós poderíamos preparar uma matéria escrita e soltar ao mesmo tempo que o Globo Esporte da TV;
- Muitas vezes somos pegos de surpresa com pautas produzidas pela TV e que só sabemos dela quando já foi executada, atrapalhando sua adaptação para os demais meios. Isto tem que ser evitado sempre que possível (informação verbal).⁴⁸

Para 68,75% dos profissionais entrevistados, a chamada “pauta integrada”⁴⁹ já é trabalhada no Núcleo Integrado Esportivo, mas 31,25% têm opinião contrária. Na prática, pela nossa observação, a produção de conteúdos multimídias agregados, com foco principalmente na estrutura hipertextual, é algo raro no NIE, ocorrendo apenas em coberturas ou reportagens especiais, mesmo assim, eventualmente.

Tabela 11:

⁴⁸ Idem p. 136

⁴⁹ O termo significa partir de uma ideia, de um assunto mais amplo, apurar, pesquisar e prever como seriam os conteúdos multimídias que estariam agregados, pensando, principalmente na estrutura hipertextual desse material.

No Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação já se trabalha com a chamada pauta integrada?

SIM	11	68, 75%
NÃO	5	31,25%

Em relação à experiência de trabalho antes de ingressar no Núcleo Integrado Esportivo, a maioria dos profissionais entrevistados já passou por outras redações, principalmente de jornal impresso, TV, rádio e portal. Alguns também apontaram experiência exclusiva em assessoria de comunicação e três não possuíam nenhum histórico anterior (estagiários).

O nível de satisfação com o emprego atual é “bom” para 50% dos entrevistados e “ótimo” para 37,5%. A opção “regular” foi apontada por 12,5% e o mesmo percentual se disse “insatisfeito”. Um dos entrevistados informou que o nível de satisfação era “bom”, mas indicou descontentamento por não ter atuação em rádio.

Tabela 12:

Qual o nível de satisfação com o emprego atual?

BOM	8	50%
ÓTIMO	6	37,5%
REGULAR	1	6,25%
INSATISFEITO	1	6,25%

Para metade dos integrantes do NIE, a adaptação a uma nova plataforma se dá de forma rápida, entre um e dois meses, mas 17,5% dos profissionais entrevistados acreditam que é necessário um pouco mais de tempo, entre três e quatro meses. Os jornalistas que interagem de forma mais fácil com novos ambientes são bem jovens e fazem parte da chamada “geração digital”. Um dos entrevistados não respondeu, mas comentou que o período de adaptação “varia de profissional para profissional”.

Tabela 13:

De quanto tempo você acredita que um profissional precisa para se adaptar a uma nova plataforma?

MENOS DE 1 MÊS	2	12,5%
DE 1 A 2 MESES	8	50%
DE 3 A 4 MESES	3	17,75%
PELO MENOS 6 MESES	2	12, 5%
<i>Não respondeu</i>	<i>1</i>	<i>6,25%</i>

Telefone, correio eletrônico, listas de discussão, engenhos de busca, dentre outras ferramentas, fazem parte da rotina produtiva no Núcleo Integrado Esportivo. O telefone, seja celular ou fixo, é utilizado por 100% dos jornalistas. O mesmo percentual identifica o uso de redes sociais (geralmente para acompanhar notícias, buscar *cases* ou fontes, procurar ajuda para verificar rumores, entrevistas e mesmo divulgação das reportagens do NIE). Para o desenvolvimento de suas atividades, 93,75% afirmam que utilizam correio eletrônico. Acreditamos que um dos entrevistados não tenha relacionado esse termo à palavra *e-mail*, daí não ter contabilizado 100%. Do mesmo modo, chama atenção que só sete profissionais (43,75%) tenham apontado que utilizam engenhos de busca na produção jornalística. Imaginamos que, caso houvéssemos substituído a palavra *Google* como sinônimo de “engenhos de busca”, essa ferramenta teria sido apontada também por 100%. Seis profissionais afirmaram que fazem uso de listas de discussão em suas atividades, enquanto três apontaram que também utilizam outras ferramentas, dentre as quais: Photoshop, InDesign e programas específicos da *Globo.com*; bem como, jornal impresso, computador e máquina fotográfica. A pergunta era de múltipla escolha.

Tabela 14:

Quais são as ferramentas que você utiliza para desenvolver suas atividades?

TELEFONE	16	100%
----------	----	------

CORREIO ELETRÔNICO	15	93,75%
ENGENHOS DE BUSCA	7	43,75
BANCO DE DADOS	10	62,5%
LISTAS DE DISCUSSÃO	6	37,5%
REDES SOCIAIS	16	100%
OUTROS	3	18,75%

Também indagamos aos jornalistas sobre quais equipamentos eram fornecidos pela empresa para a realização do trabalho no portal, jornal impresso e TV. Todos têm acesso a computador desktop e 81,25% usam máquina fotográfica. Ninguém utiliza *tablet* fornecido pelos veículos, mas 43,75% fazem uso de notebook. Um dos entrevistados citou que desempenhava suas atividades por meio de telefone convencional e rádio da empresa. Apenas um profissional apontou o uso do gravador. Um pouco mais da metade (56,25%) usa o celular corporativo. Durante a aplicação do questionário, alguns profissionais reclamaram, verbalmente, sobre a não liberação de celulares para todos. Muitas vezes, os jornalistas usam os equipamentos pessoais para realizar seu trabalho. A máquina fotográfica utilizada pelos jornalistas do NIE é a mesma que está a serviço da equipe do *G1 Paraíba*.

Tabela 15:

Quais equipamentos abaixo são fornecidos pela empresa para a realização do seu trabalho?

COMPUTADOR DESKTOP	16	100%
NOTEBOOK	7	43,75%
TABLET	-	-
MÁQUINA FOTOGRAFICA	13	81,25%
TELEFONE CELULAR	9	56,25%

GRAVADOR	1	6,25%
OUTROS	1	6,25%

Chama a atenção o fato de o celular corporativo não ser liberado para todos os profissionais, principalmente quando a prática do “jornalismo móvel” ganha tanto espaço na rotina produtiva dos veículos de comunicação. Sobre esse assunto, o coordenador do Núcleo Integrado Esportivo tem uma explicação:

Eu poderia munir toda a equipe com um celular, muito bom, mas até que ponto isso caracterizaria um trabalho, um sobreaviso, sabe? Se você me entrega um celular e permite que... ou você incentive que a equipe faça, inclusive em folga, sabe? Então há um aspecto jurídico que precisa ser resolvido. Então muitas vezes, (...) essa falta de recursos, ela é colocada simplesmente: “Ah, a gente poderia receber isso e fazer melhor”. Mas as coisas não são assim, elas têm a velocidade normal. Existem consultas: será que pode ser feito dessa forma? Eu não sei se é a melhor forma, sabe? (...) Sem incentivar, sem dar celular a todo mundo, o pessoal, de folga, com o seu aparelho faz. Você imagina se você der. Eu não posso correr o risco de caracterizar uma exploração demasiada desse trabalhador. Então a gente está discutindo isso (informação verbal)⁵⁰.

O questionário aplicado com os membros do Núcleo Integrado Esportivo também tinha uma pergunta relacionada à dimensão da convergência jornalística denominada de audiência ativa, conforme Domingo et al (2007). Queríamos saber se o NIE possuía canais de interação com o público e se havia a prática do jornalismo colaborativo. Metade dos entrevistados optou pelo “sim” e 37,5%, pelo “não”. Duas pessoas não responderam.

Tabela 16:

O Núcleo Integrado Esportivo possui canais que possibilitem a interação com o público e a existência do jornalismo colaborativo?

SIM	8	50%
NÃO	6	37,5%
<i>Não respondeu</i>	2	12,5%

⁵⁰ Registro obtido de modo anônimo.

Ao serem estimulados a justificar a resposta, alguns entrevistados informaram que havia interação por meio das “mídias digitais e promoções nas redes sociais realizada no *Globoesporte.com.br*”. Uma pessoa citou os comentários dos internautas ao final de cada matéria. Dentre os profissionais que consideram que não há a interação devida com a audiência, obtivemos os seguintes comentários: “Existem as redes sociais, mas pelo menos para o Núcleo de esportes elas não são bem utilizadas”; “mas esta é muito restrita ainda”; “A equipe de redes sociais nos passa e-mails que nos chegam e temos ajuda deles para enviar nossas mensagens ao grande público, mas acho que isto ainda poderia ser melhorado”.

Para a quase totalidade dos profissionais (93,75%) que atua no NIE, a redação integrada melhora a qualidade da informação em relação à apuração, elaboração e edição do material jornalístico. Apenas um jornalista se posicionou de forma contrária.

Tabela 17:

A redação integrada melhora a qualidade da informação no que diz respeito à apuração, elaboração e edição do material jornalístico?

SIM	15	93,75%
NÃO	1	6,25%

Dentre as explicações apontadas pela equipe para justificar a aceitação de núcleos integrados em relação à qualidade da informação, temos desde a facilidade de cobertura de eventos a uma maior possibilidade de discussão de pautas. Um dos entrevistados avalia que “nem melhora, nem piora”:

- Sou favorável à ideia de que quando se trabalha em grupo “a coisa tende a fluir melhor”;
- Melhora, pois com todos os profissionais juntos, ajuda para a construção do texto jornalístico;
- Uma mesma ideia discutida por todos deixa melhor o produto final;
- Você aprende a convergir todas as mídias e trata a informação de forma a atendê-las da melhor forma;
- Pois conseguimos debates com os colegas a apuração e podemos afinar o assunto e o mote da matéria;
- Não vejo que melhora, necessariamente, como também não acho que vá piorar;
- Quando todos fazem um pouco de tudo, acabam se informando e estando por dentro dos assuntos trabalhados no dia a dia. Mesmo que alguém não esteja familiarizado com determinada pauta, consegue se atualizar fácil, por ter outros colegas para explicá-lo ou

pode relembrar fatos antigos. Além disso, existe uma integração entre todos, onde debates acontecem sempre antes da publicação das matérias;

- Vários profissionais que se comunicam e entendem do assunto (...) e apuram melhor uma pauta do que apenas um;
- A apuração é feita de forma mais cuidadosa e não precisamos enviar vários profissionais da mesma empresa para uma mesma pauta. Temos a capacidade de estar em mais locais;
- O profissional fica mais informado para construir o material;
- Quanto mais gente apurando uma informação é melhor; erros são minimizados;
- Mais cabeças pensantes;
- A integração possibilita melhor apuração e aperfeiçoamento da publicação (informação verbal)⁵¹.

Os resultados despertam atenção e trazem um novo olhar em relação às discussões sobre convergência jornalística, visto que a maioria dos trabalhos acadêmicos aponta para insatisfação em relação ao conteúdo que é produzido, como homogeneização dos discursos, baixa qualidade do material e jornadas de trabalho estressantes.

3.2.2.1 Convergência jornalística na voz de quem é parte do fenômeno

Quem é o jornalista que atua em redação integrada e o que ele pensa sobre o seu trabalho? Que importância ele dá à formação universitária e qual leitura ele tem sobre o fazer jornalístico em tempos de convergência? Após a aplicação da pesquisa quantitativa por meio de questionário com perguntas majoritariamente fechadas, procuramos dar voz aos sujeitos que compõem o Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação, com a técnica de entrevista em profundidade, porque entendemos que apenas a análise dos dados quantitativos não seria suficiente para termos um quadro real das alterações nas dinâmicas implementadas até então na redação. Cada um dos profissionais entrevistado mostrou um pouco da sua identidade e falou sobre a experiência vivida hoje em um processo de convergência jornalística.

O levantamento de informações se deu a partir do relato de sete profissionais: um ex-estagiário; dois editores (sendo um do online e outro que responde por jornal impresso e TV); e quatro repórteres (um contratado para trabalhar no *Jornal da Paraíba*, outro para a *TV Cabo Branco* e os outros dois, incluindo uma mulher, com atuação mais direta no portal *Globoesporte.com.br/pb*). A escolha desses profissionais levou em consideração os resultados da pesquisa quantitativa. No recorte escolhido, há representantes da geração digital, analógica e analógico-digital.

⁵¹ Ibidem p. 136.

Procurou-se saber como foi o ingresso no jornalismo, rotina produtiva e concepções de redação integrada e convergência jornalística, dentre outras questões. A fim de que os dados se tornassem mais ricos, priorizamos a escolha de profissionais de diferentes perfis.

Foram entrevistadas pessoas de ambos os gêneros e idades variadas (21 a 55 anos). As entrevistas não tiveram duração fixa, sendo que a menor durou 37 minutos e a maior, 1h57min. A conversação partiu de um roteiro com perguntas pré-estabelecidas (ver Apêndice C). As falas foram registradas com um gravador digital e, posteriormente, transcritas.

Duas entrevistas foram realizadas no ambiente da empresa, sendo uma em Campina Grande e outra em João Pessoa, e o restante no apartamento de um casal amigo da pesquisadora, localizado nas proximidades do grupo de comunicação em estudo.

Entre os sete sujeitos cujos enunciados serão analisados, temos o mais velho, com registro de jornalista obtido na Justiça e o mais novo, recém-contratado na empresa, após passar quase três anos como estagiário e que se formou em uma instituição particular de ensino superior.

A seguir, conforme proposto por Riley e Hane (2005), apud Pereira e Neves (2013), iremos tratar cada entrevista como uma “estória”, a partir do sentido atribuído pelo interlocutor na situação de interação com a pesquisadora. Após a apresentação de um pequeno perfil de cada entrevistado, entraremos nas análises, propriamente ditas, das entrevistas, com base no roteiro pré-determinado.

3.2.2.1.1 O jornalista mais antigo

A minha carreira profissional no jornalismo é muito interessante, começou em 78, foi através da minha irmã, que ela estudava no estadual da Prata (...). E um colega dela, que trabalhava no Diário da Borborema, fazia a diagramação. Ele me convidou. Eu disse que ia (...). Eu era jogador, jogava no Campinense. Jogador a carreira é curta e foi a partir daí que comecei na diagramação. Lá fui aprendendo; era uma coisa muito complicada pros dias de hoje. Na época, o pessoal, os repórteres, eles traziam pra gente as matérias. Tinha a mesa, os diagramas, as matérias na máquina Olivetti (...). Vinha tudo datilografado, tudinho. Tinha as laudas, e a gente ali, o processo era contar cada letrelinha daquela, cada linha, cada toque, e tinha como se uma espécie de tabela, que eram os corpos das matérias, corpo 10, corpo 8. E através disso aí eu comecei a me interessar e comecei a ler, porque a gente tinha, especificamente, de dar uma olhada nos textos para contar. (...) E quando os repórteres não traziam as matérias, de esportes, de policial, eu me sentava e começava a copiar tudo aquilo ali, e comecei a praticar, praticar, fui tomando gosto. Aí houve uma época que um repórter saiu e aí um colega meu, Tobias de Barros (...) disse você vai ficar comigo no Esporte amador, que tinha uma página especificamente só para o amadorismo aqui em Campina (...). Aí eu fiquei com ele, comecei a fazer os textos, aí ele olhou, aí foi aperfeiçoando, e daí eu fui seguindo, só que eu não deixei a diagramação, fui fazendo os dois, entendeu? (Jornalista antigo, 55).

O lugar de fala do nosso informante indica um profissional que tem orgulho de ser um jornalista de batente, sem ter passado pelos bancos das universidades. Mesmo sem possuir o diploma do curso de Jornalismo, ele foi convidado, várias vezes, a dar palestras e aulas para alunos universitários. “Pessoal da turma de Comunicação sempre vinha falar comigo, e eu acho isso muito gratificante. Eu fui formado dentro do jornal na prática, porque vocês são formados na teoria. Eu me formei dentro do jornal mesmo”.

A fala sobre sua trajetória profissional é a de quem saiu, praticamente, do nada, não levou o estudo formal adiante, mas obteve reconhecimento na profissão:

Na época eu estudava. Eu fiz até o ensino médio e não conclui devido à correria, que eu fazia diagramação e saía do Diário, sete horas da noite. E aí eu ia para a Prata, para o Estadual da Prata. Aí a professora disse ou você trabalha ou estuda. Aí eu disse: Professora, eu vou trabalhar, porque só estudar... Tudo bem é bom, mas aí eu parei, fiquei no jornal, fui aperfeiçoando, não parei de ler, tanto é que, com um certo tempo, tenho RG e tudo. Tenho o registro profissional, através daquela lei, que acabou, dos antigos.

Mesmo sem o diploma de jornalista, nosso informante não deixou de lado as leituras sobre a profissão e de se inteirar sobre o mundo, sempre em busca de aprender mais. Para ele, jornalista tem que estar sempre bem informado, principalmente para poder acompanhar a evolução do mercado de mídia. “Você precisa estar bem preparado para todas essas coisas. Devido à grande evolução que houve nos últimos tempos, uma evolução muito grande. Precisa estar lendo, se aprimorando, se reciclando, aí você vai alcançando as coisas”.

3.2.2.1.2 O jornalista apresentador de televisão

Comecei no rádio. Na verdade, em 1989, minha família montou uma rádio no Paraná e me deu vontade de conhecer (...). A rádio ainda estava em fase experimental e foi meu primeiro contato com a comunicação (...). Minha vida foi sempre entre o Paraná e a Paraíba. E quando minha família montou a rádio, tive vontade de conhecer e fui para trabalhar lá. Mas só que um tio meu, que administrava a rádio, não queria que eu trabalhasse, que eu não tinha experiência, achava que eu não era capaz. E isso me deixou meio triste na época e voltei para João Pessoa colocando na cabeça essa coisa de trabalhar em rádio. Queria trabalhar em rádio (...). Meu início foi bem estranho de se falar. Eu fiz um teste, eles não me deram resposta nenhuma. E eu fiquei 30 dias indo pro horário de trabalho. Eu ia para a rádio como se tivesse indo trabalhar, mas eu não tava empregado, não tava nada. Até que no trigésimo, quando eu cheguei no prédio, o diretor olhou para mim e disse: Você começa amanhã. Então foi uma surpresa. E daí eu não parei mais (Jornalista de TV, 44).

O jornalista apresentador de televisão aprendeu a trabalhar em ambiente radiofônico e televisivo por iniciativa própria. A paixão pelo automobilismo – tinha o sonho de ser piloto de kart – o levou a criar um programa de TV chamado Esporte Motor. Fazia tudo sozinho e essa foi sua grande escola, pois não passou por nenhum curso de Jornalismo. “Passei quatro anos sozinho fazendo esse programa: eu pautava, eu produzia, eu dirigia, ia para a rua. Eu que filmava, fazia entrevista, fazia roteiro, editava e entregava na televisão pronto. Era um programa de meia hora semanal”.

O enunciado do início da trajetória do nosso informante na televisão tem semelhanças com o perfil do jornalista polivalente exigido hoje pelos conglomerados de mídia: um profissional que faz tudo. A experiência acumulada nos tempos de autonomia, quando ainda não trabalhava em canais abertos de TV, ajudou-o a conquistar um lugar na afiliada da Rede Globo em João Pessoa.

No enunciado sobre as funções que desempenha atualmente, o perfil multitarefa é destacado: “Apresentador, repórter, repórter de rede, editor, co-editor, produtor. Enfim, a gente tem que meio que fazer tudo”. Com esse discurso, nosso informante mostra seu “saber fazer”, sua especialidade, mas também enuncia as exigências do mercado: é preciso fazer de tudo.

3.2.2.1.3 A jornalista crítica

Como eu me formei na UFPB - e a UFPB costuma ser mais teórica e mais crítica -, então acho que de forma técnica contribui muito pouco. Porque eu vim aprender mesmo a fazer matéria, a apuração, no mercado. A UFPB, nesse sentido, acho que, de 0 a 10, ajudou em 2. Em relação à crítica, a entender o jornalismo, a comunicação em si, acho que foi primordial, eu diria. Acho que cumpriu seu papel como universidade, de fazer pensar o jornalismo, o que deve, nem certo e errado, eu também gosto de dizer, mas o que deve se aproximar do que a profissão exige, da nossa função social de jornalista. Nesse aspecto, contribui no que precisava; em ser crítica, tentar fazer a melhor forma do jornalismo, mas, em relação à parte técnica, foi do mercado (Jornalista crítica, 25).

Nossa informante é jovem, com pouco tempo de mercado, mas já passou por diferentes empregos. Credita à sua formação na universidade, o senso crítico que adquiriu em relação ao mercado da comunicação. Tal postura a leva a refletir sobre a trajetória profissional. “Eu rodei bastante, apesar de estar formada há dois anos só (...). Aí quando você passa por tantas empresas, você não veste tanto, acho, que a camisa de uma forma tão assim”.

Seu lugar de fala é de um profissional com leitura crítica do mundo e já revela um grande descontentamento em relação aos grupos de mídia, ou mesmo órgãos públicos. O enunciado aponta para uma análise contextualizada e complexa do mercado paraibano, ao tratar dos diferentes empregos pelos quais passou:

Na Arapuã, eu era estagiária prestes a ser contratada. Eu cheguei a trabalhar de graça um mês. Aí, eu estava para ser contratada, um cara entrou com um processo, a empresa saiu demitindo um monte de gente. Eu ia me formar e me ofereceram a voltar a trabalhar de graça, eu tive de dizer não.

A continuação do relato coloca em evidência situações de constrangimento no cotidiano dos jornalistas:

Eu fui pra Clube. Eu, como jornalista formada, tinha de trabalhar sete horas. Me obrigavam a tirar uma hora de almoço, porque ninguém pode trabalhar sete horas corridas. Eu recebia R\$ 1.200 que no final virava R\$ 900, para fazer matérias. Eu tinha de fazer três pautas por dia. Se surgisse um factual, caíam duas, todos os dias. Eu fui pro Correio, que investiu R\$ 11 milhões na TV e teve um certo momento que eu fui demitida porque não tinha mais como pagar. Seis pessoas foram demitidas e seis pessoas trabalham com a corda no pescoço. Eu fui para o Ministério Público e tava lá enquanto o chefe era o que me colocou, quando ele saiu, eu fui exonerada.

Sobre as exigências do mercado de trabalho, nossa informante é contundente:

Eu sou jornalista e quero argumentar em prol do jornalismo. Eu não vou me matar pela empresa. Quando a gente pensa na empresa e não no jornalismo, a gente erra duas vezes mais. Passar por outras empresas, faz você pensar “poxa, eu sou o quê? Eu sou só um peão no tabuleiro. Eu sou praticamente nada”. Eu não quero fortalecer a empresa, eu quero fortalecer o jornalismo. Acho que rodar muito faz você pensar nisso. Aí você vê sua situação, que às vezes é uma merda, e vê a situação de outras pessoas que passaram por coisas piores também. Ficar num lugar só parece que tudo é muito bonito. Eu acho tudo horrível.

O enunciado sugere domínio sobre a situação dos jornalistas na Paraíba. Nossa informante diz tudo e não toma cuidados ao expressar sua opinião sobre as verdades que correm por trás da notícia. O lugar de fala é de quem sente de perto as injunções e desafios da atividade real, mas ainda defende os valores da profissão.

3.2.2.1.4 O jornalista editor

Me formei em 1995 (...). Na época, a gente tinha muito dificuldade. Tinha muito coisa ainda precária, embrionária. Não tinha a estrutura que tinha hoje, mas acho até que ajudou porque você acaba se desdobrando mais, em todas as mídias a gente aprendia mais. Tem uma frase de Marcondes Brito que diz que às vezes o improviso, a dificuldade, faz você ser um profissional melhor. Então quando você tem que estudar para fazer rádio, tem que estudar para fazer jornal, você tem que estudar para fazer TV, você acaba pegando mais aspectos técnicos. E isso aconteceu na minha época da universidade (...). A gente rodava por uma necessidade, não por vocação. Então, é muito bacana porque acabou que preparou um pouco. Claro, o mercado é totalmente diferente da vida acadêmica, não se compara, mas as dificuldades e os imprevistos que nós tivemos na universidade, acabou (sic) preparando melhor, um pouco mais para o mercado (Jornalista editor, 40).

O profissional guarda uma idealização do seu tempo de universidade, ao considerar que as dificuldades moldaram a excelência que possui hoje na profissão. Em todo o relato, o posicionamento ideológico é de quem percebe as dificuldades do mercado, especificamente do seu ambiente de trabalho, mas sempre consegue identificar alguma melhoria no processo. A postura é de otimismo: “Acho que é uma questão de tempo. (...) Então é uma evolução. (...) Existem outros pontos a crescer? Existe. (...) Então, são conquistas pontuais. (...) “Depois a gente vai conseguir outras coisas (...) estamos trabalhando com as armas que hoje nós temos”.

Ao tratar de questões que envolvem regras e orientações (ainda que as de caráter subliminar) da empresa, o tom de voz muda, fica mais baixo, mas o enunciado demonstra que o informante se ajusta às normas:

(...) e às vezes você tem que ter o bom senso para saber o momento de dar a notícia, o momento de segurar a notícia, o momento de simplesmente ser um pouco mais precavido, até mesmo com a política da empresa que você está trabalhando. Então tudo isso é um conjunto de fatores que, embora a Rede Paraíba, pelo menos no esporte, que isso fique bem claro, ela não tem uma ingerência tão grande dentro do esporte, são poucos os pedidos oficiais... coisas desse tipo, mas a gente entende a ideologia da empresa em que você está trabalhando.

O lugar de fala do nosso informante resume o papel de um profissional que alia suas ações aos interesses da empresa:

(...) porque eu sou de um tempo que o jornalista fazia: eu não tenho tempo de escrever, não, eu saio com minha pauta e se passar por um acidente... Não, eu não tenho tempo para fazer acidente. Isso aqui é para o repórter policial, liga pra o jornal e avisa. Era assim, você não tinha tempo. Hoje você continua sem tempo, mas você pega o acidente, vai lá (...) faz a foto para postar no Facebook, nas redes sociais, escreve um textinho... Tudo isso agora tem tempo, entendeu? Então, se você é profissional, se você é repórter por que você vai abastecer o seu Facebook e não a empresa que você trabalha? E assim, não é vestir a camisa da empresa não, é você querer...

Revela-se, assim, um sujeito que percebeu formas de crescer no mercado a partir de uma postura mais proativa como profissional, o que satisfaz a empresa, mas também lhe propicia reconhecimento:

Essa é uma batalha que a gente tem todos os anos: a gente briga para ser reconhecido; a gente briga para ter melhores condições de trabalho; a gente batalha para que o salário não seja tão defasado, mas eu não posso fazer essa greve branca. Se eu estou vendo a notícia, e a notícia vai para policial, porque eu não vou dar a notícia? Por que eu ganho pouco? Por que eu poderia ganhar mais? Eu não vejo dessa forma e acho que, assim, essa mentalidade, acho que é uma mentalidade que eu sempre tive. E essa mentalidade me fez ter outros tipos de reconhecimento. Eu nunca me furtei de dar uma pauta para outra editoria. Eu nunca me furtei de fazer uma matéria de outra editoria. (...) mas eu acho que esse tipo de mentalidade, é a mentalidade que eu sempre tive, desde que eu comecei n'O Norte. E eu acho que foi por isso também de sugerir tanto que, com três meses, eu virei editor no *Diário da Borborema*, com um ano eu virei editor de Esportes d'O Norte, então esse é o reconhecimento.

3.2.2.1.5 O jornalista recém-formado

Eu tinha vontade de fazer Jornalismo desde novo. Comecei a fazer *web-rádio* na internet, como se fosse FM, com uns 13 anos, 14 anos. Minha mãe dizia que eu ficava feito um louco, só gritando no quarto. A partir daí, surgiu a vontade de fazer Jornalismo. Aí eu tentei na UFPB, mas não passei e aí foi quando a gente viu um outdoor que estava para abrir um curso de Jornalismo na Maurício de Nassau. Aí eu fui, fiz o vestibular e entrei. (...) No primeiro período, a gente não vê tanta disciplina prática; era mais teórica e ficava naquela ansiedade para poder ver disciplinas práticas. Em si, acho que hoje a universidade é um pouco diferente do mercado. Na Nassau não, pelos comentários que eu vi da UFPB, a UFPB é muito teórica, não tem como é que é o dia a dia na redação. Muitas vezes, as pessoas ficam até perdidas, mas acho que na Nassau a gente conseguiu ver um pouco disso, porque os professores eram professores que estavam no mercado, a gente fez muita visita técnica em vários sistemas de comunicação, tanto TV como rádio, como jornal impresso, para poder vivenciar como era o jornalismo em si. Acho que foram várias experiências bacanas (Jornalista recém-formado, 22).

O entrevistado começou a trabalhar em veículo de comunicação ainda no 2º período de Jornalismo como estagiário, função que ocupou por quase três anos no grupo. Suas posições enunciativas apresentam pouca criticidade em relação à profissão e ao mercado de trabalho.

Pelos enunciados, percebe-se que nosso informante concede pouco poder à academia para sua formação profissional. Tanto do ponto de vista teórico, principalmente, como prático, o discurso aponta para poucas contribuições efetivas da faculdade onde estudou:

Acho que ela contribuiu em parte, mas fico assim até meio receoso para dizer, porque como eu entrei no mercado muito cedo, entrei no segundo período, e eu ainda não tinha visto disciplina prática, pode ser que eu tenha aprendido assim no dia a dia. Então, quando eu cheguei no período que era para ver Telejornalismo, por exemplo, que foi no sexto período, como eu já sabia daquilo, que já estava vivenciando aquilo ali dois anos atrás, acho que aquilo para mim pode ter ficado mais fácil e eu não consigo tentar discernir se aquilo dali era uma novidade pra mim, o que eu estava vendo na faculdade, ou se era porque eu já sabia por causa da televisão.

O lugar de fala revela um sujeito que identifica a profissão de jornalista como algo técnico – o que fica evidente nas referências a uma universidade federal: “(...) A UFPB é muito teórica, não tem como é que é o dia a dia na redação. Muitas vezes, as pessoas ficam até perdidas”. Retomando Marcondes Filho (2009), temos que o jornalismo se transformou em uma disciplina técnica, face à evolução do mercado, antes que uma habilidade investigativa ou linguística. A estratégia discursiva da voz desse profissional também traz à tona o conhecimento jornalístico, como prática cultural, absorvido durante a experiência como estagiário:

Eles me deram muitas dicas, não me deram uma cartilha, mas me deram dicas de como fazer, a maneira ideal. Quando eu errava, a chefia de produção me chamava e dizia: Olha, isso não está correto, o correto era assim. No portal também, no começo, eu me confundia muito com o *lead*; às vezes, o *lead* que era para estar no primeiro parágrafo, eu colocava no meio da matéria. Quando eu comecei a fazer matéria para o portal, ainda não tinha visto na faculdade.

3.2.2.1.6 O jornalista online

Primeiro, eu tenho duas graduações: antes da de Jornalismo, eu conclui Letras, ainda no Ceará. E vim pra cá para cursar Jornalismo, porque na época não tinha Jornalismo lá no interior do Ceará. E assim, eu acho tanto a faculdade de Letras quanto a de Jornalismo contribuem, até certo ponto, pra desempenhar minha função enquanto jornalista, mas eu acho que me ensinou muito menos do que o mercado de trabalho. Eu acho que a graduação de Jornalismo, especificamente, foi bem defasada, tanto por falta de aulas, falta de professores, má estrutura da universidade, quanto por, porque a relação universidade e aluno era bem distante. Se não tivesse um empenho muito grande do aluno e mesmo quando havia era muito ruim sugar alguma coisa da universidade. E até que eu entrasse efetivamente no mercado de trabalho (...), eu pouco percebia o mundo jornalístico. Então, (...) o mercado de trabalho foi quem realmente me ensinou como fazer jornalismo (Jornalista online, 32).

Nosso informante está no mesmo grupo de mídia desde que se formou em Comunicação Social. Começou na empresa como estagiário e atualmente possui mais de quatro anos de casa. Não é um profissional recém-formado, já tem 32 anos de idade, e seu discurso coloca isso em evidência: “Primeiro, tenho duas graduações”. O jornalista também enxerga no mercado a grande

escola para a profissão: “E até que eu entrasse efetivamente no mercado de trabalho (...), eu pouco percebia o mundo jornalístico”.

O lugar de fala indica um jornalista do mundo esportivo e que só tem experiência com a plataforma online:

Eu comecei em 2010 no *Paraíba 1*. E aí, na época, a gente fazia todas as editorias. E fiquei um ano só com o *Paraíba 1*. Quando o *Paraíba 1* se transformou em G1/GE, por conta de na época de *Paraíba 1* eu ter mostrado afinidade com esportes e tudo o mais, eu fui direto direcionado pro *Globoesporte.com*. E de 2011 para cá, que é desde que o *Globoesporte.com* está aqui, eu tenho sido só repórter de Esportes. Então, minha experiência de 2010 para cá: em um ano com todas as editorias, mas sempre no online, e de 2011 para cá, só esportes.

O enunciado é bem articulado e conciso. As respostas são curtas, com pouca análise ou críticas, e evidenciam a reserva em falar sobre o ambiente em que atua. Em muitos momentos, o discurso se traduz em resignação e facilidade em se adaptar à realidade, como ao ser indagado sobre a realização de algum curso de pós-graduação: “Não, nenhum. Na metade do curso eu entrei no estágio e fiquei no mercado de trabalho até então. Terminei a graduação e segui só no mercado de trabalho”.

Em seu relato, nosso informante destaca a importância das redes sociais na rotina produtiva e arrola a relação com as fontes como parte desse processo:

(...) a gente tem de estar sempre conectado às redes sociais, que hoje em dia têm sido um meio muito forte de perceber o que está acontecendo (...). E a gente liga, usa geralmente telefone para entrar em contato com nossas fontes, além de buscar as assessorias dos clubes, das entidades esportivas, para poder fazer o material.

3.2.2.1.7 O jornalista esportivo

Me formei em 2004 na Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e eu sempre sonhei muito em ser jornalista esportivo. Desde o início eu sempre quis ser do esporte, mas não tive tantas oportunidades no início, assim que me formei. Trabalhei muito tempo em política, em portais de notícia de política. Depois, no *Jornal da Paraíba*, eu passei por todas as editorias: cultura, cidades, policial - fiz esporte também. E acabou que o esporte que eu fiz, eu atribuo muito ao trabalho que eu fiz no *Paraíba 1*, que eu era repórter de política, cobria política, mas tinha um blog de esporte que eu fazia muito por diletantismo mesmo – não recebia nada mais pelo que eu fazia na parte de esporte. E acho que foi esse trabalho no *Paraíba 1* que me credenciou a ter o nome lembrado para o *Globoesporte.com* quando eu já não estava mais na empresa, tinha saído da empresa, e aí me chamaram para o *Globoesporte.com*. Então, de 2004 a 2011, eu fiz tudo, eu fui pago para tudo menos para o esporte. E a partir de 2011 é que eu comecei a me dedicar exclusivamente ao esporte (Jornalista esportivo, 32).

O lugar de fala é de um jornalista experiente – apaixonado pela profissão e pelo noticiário esportivo: “(...) eu sempre sonhei muito em ser jornalista esportivo”. Com diploma de ensino superior adquirido em uma instituição federal, realça a importância da formação em jornalismo:

Eu acho essencial essa questão de formação. Acho que a gente tem alguns cuidados, nessa questão de apuração da notícia, questão do que é notícia, questão da preocupação de como, como é que se diz, questão de ouvir os lados, de como apurar uma notícia. Muitos conhecimentos foram adquiridos na universidade, não só o conhecimento didático das disciplinas, mas o próprio diálogo com outras pessoas em formação e formados, que dialogavam entre si sobre o que é certo, o que é errado. Então é muito mais uma construção coletiva; não só dentro da sala de aula, mas também nos corredores da universidade, sempre conversando, dialogando, tentando imaginar o que é o jornalismo ideal.

O enunciado aponta para a deontologia jornalística (o que é certo, o que é errado) e reafirma o ponto de vista dos valores necessários à atuação no mercado de trabalho a partir do que aprendeu na universidade. É um discurso crítico que resgata, também, o compromisso que os jornalistas devem ter com a informação, com o que é notícia:

Então eu acho que minha participação na universidade foi muito importante para alguns valores que a gente possui. Principalmente na parte de esportes. Se a gente for comparar com o rádio esportivo paraibano, é uma diferença muito grande entre o profissional formado e o radialista que, em 90% das vezes, não passou por uma formação tal. Então o que é notícia, muitas vezes, passa por interesses outros que não a questão do interesse público. Existe uma tendência no esporte paraibano, nacional, mas como a gente está falando de Paraíba, existe uma tendência de achar que o jornalismo é promotor de eventos: promover o futebol, promover o clube, promover a federação. E a gente tem uma visão diferente. E acho que essa visão diferente nasceu na academia.

3.2.2.1.8 A malha de vozes dos jornalistas

Em Barreto (2013, p. 119) e Figaro (2013, p. 113), buscamos inspiração para organizar as entrevistas e leituras das narrativas de forma articulada às demais, mas com respeito à singularidade de cada indivíduo. A partir de seus enunciados, procuramos compreender seus modos de pensar, imaginar e conceber temas, como: convergência jornalística, jornalista polivalente, redação integrada e jornalista universal.

Nessa etapa, nossa jornada parte do tema convergência jornalística. O que os jornalistas envolvidos no Núcleo Integrado Esportivo sabem a respeito desse fenômeno, amplamente estudado pela academia e almejado pelas empresas? A primeira fala é a do “Jornalista online”:

Na verdade, eu sou muito pouco afeito a nomenclaturas, isso desde a graduação anterior. E como minha participação no jornalismo, desde que eu entrei no mercado de trabalho, eu só trabalho com o jornalismo impresso, ou, o jornalismo online, eu sei muito pouco das outras modalidades. Eu pouco sei como funciona e como acontece.

Persistimos questionando: Mas como você compreende esse conceito? Se alguém falar para você “convergência jornalística” você compreende de que forma? O “Jornalista online” responde, mas ainda revelando desconforto com o tema:

Exatamente, eu não compreendo exatamente, porque eu vejo muitas disparidades entre as opiniões. Mas de forma geral, se eu mesclar tudo o que eu ouço a respeito de convergência, eu percebo como convergência os pontos que unem todas as modalidades de jornalismo: impresso, online, televisivo. É a linha que une cada uma dessas modalidades jornalísticas.

Uma segunda voz, dessa vez do “Jornalista esportivo”, já percebe traços da convergência jornalística no próprio ambiente de trabalho:

A noção de convergência que eu tenho é da prática da redação. Nunca li nenhum trabalho (...). O que a gente vê, a convergência nasceu, bem nos seus primórdios, da percepção de que não tinha sentido a gente mandar três repórteres cobrir um mesmo evento esportivo, sendo que um pro jornal, um pra TV e outro pro portal. A primeira vez que a gente discutiu convergência foi isso. Se a gente tem um grupo de dez, não tem sentido três irem para o mesmo lugar; se esses três podem estar em lugares diferentes.

O “Jornalista esportivo” faz questão de enfatizar que a concepção que ele tem de convergência não vem dos estudos produzidos pela academia (nunca li nenhum trabalho), mas da própria redação, a partir da socialização com os colegas de trabalho na práxis do dia a dia. Retomando Sousa (2006, p. 61), temos que “a socialização é o processo através do qual o indivíduo aprende e interioriza, comunicando o sistema de valores, de normas e comportamentos”. O enunciado do “Jornalista Esportivo” reforça que ele possui uma opinião formada sobre o assunto, a partir do que ele vê e percebe no dia a dia:

A convergência que eu vejo, que eu percebo, é você integrar os diferentes meios de comunicação. (...) que as pessoas, os jornalistas cada vez mais possam dialogar com esses diferentes meios... E aí o jornalista tem que estar mais preparado para perceber certas coisas. Então facilita a vida do veículo, que é isso que eu falei: você pode mandar um único profissional para cobrir um evento para três mídias, mas obriga também o

profissional a ter uma percepção maior das diferentes questões. Isso ainda é um processo em construção.

Em seu discurso, o “Jornalista esportivo” também direciona seu olhar para as novas tecnologias e a necessidade de os profissionais adotarem uma mentalidade multimídia, pensando estratégias de trabalho para as diferentes plataformas:

A gente ainda percebe, algumas vezes, o repórter focado mais em uma mídia e não em outra. Mas você tem a percepção de tirar uma boa foto, de repente dá um bom depoimento para você fazer um vídeo, você conseguir pensar as diferentes mídias em prol daquela matéria. E também a questão de você saber lidar com as novas tecnologias. Quantas vezes no passado você não pensou: se eu tivesse uma máquina aqui, isso daria uma excelente foto. Isso cada vez mais não pode acontecer com o jornalista. Hoje você tem um bom celular, uma câmera de bolso, que traz uma qualidade que muitas vezes os equipamentos profissionais trazem. Eu acho que a convergência passa por aí também: você saber utilizar os equipamentos que você tem em mãos.

A visão do profissional remete ao desejo dos conglomerados de mídia, para quem a convergência jornalística é algo essencial e irremediável. Essa forma de compreender o fenômeno da sinergia na redação está mais relacionada aos anseios do mercado e também é o conceito adotado pelo “Jornalista editor”:

Eu acho que é um grupo de profissionais que poder dar uma colaboração em mídias diferentes. Acho que é o futuro, pela própria pressão do mercado (...), pelo próprio estrangulamento do mercado, (...), principalmente pela própria questão de recursos mesmo, de se investir. Então quando você tem várias mídias, ou algumas mídias convergindo para o mesmo assunto, não acho que nada impeça do jornalista de fazer um papel para cada uma delas. É claro que, assim, você pode e deve orientar aquele repórter. Eu sempre digo que essa convergência, ela não é, não pode, não deve ser tratada como uma fusão. Isso é uma coisa que eu sempre deixo muito claro com os profissionais que estão lá. Convergência não é fusão de equipe, eu não vou ter um repórter de TV fazendo reportagem para o jornal.

O lugar de fala revela um profissional que já incorporou o discurso do mercado. Avalia que os jornalistas “podem dar uma colaboração”, pois nada impede o “jornalista de fazer um papel para cada uma delas”. O enunciado “convergência não é fusão de equipe” abre espaço para refletirmos sobre as peculiaridades de cada veículo. Desse modo, o fenômeno não implicaria, por exemplo, em um repórter de TV fazer uma reportagem para o jornal impresso, mas que ele pode dar um “reforço” ao processo produtivo:

Até porque a TV tem outras exigências e tem outros aspectos da linguagem televisiva que não vão ser aplicados no jornal, mas ele pode e deve apurar. Fazer uma boa apuração (...), ter a perspicácia de entender que aquela é uma boa foto, que aquela é uma boa sonora, que pode ser utilizada e repercutida no jornal, então é isso que eu procuro passar.

A fala também deixa claro que algumas orientações são passadas à equipe, na tentativa de se formar uma cultura de convergência: “(...) então é isso que eu procuro passar”. Mais adiante, o jornalista se mostra incomodado com o produto que está sendo ofertado ao público, por não levar em consideração as características específicas de cada mídia. Muitas vezes, a convergência se traduz em simples repetição:

Eu acho que o grande desafio dessa convergência é produzirmos materiais diferentes para cada mídia, não fazer com que elas se tornem repetitivas: o que você viu na TV, ah eu vou ler no jornal. O mesmo tratamento, a mesma sonora e tal. Então, esse é o grande desafio, você (...) ter o comando de olhar: “Esse não vamos soltar agora, vamos dar juntos”. Ou o jornal, como ele é o primeiro veículo que sai, 7 horas ele está nas ruas, então eu posso soltar no jornal, divulgar no jornal, e ao mesmo tempo no portal, porque aí eles vão dando em paralelo. (...) É um desafio muito grande e é todos os dias. Então todos os dias você recebe uma gama muito grande de noticiário, de matérias e você tem que fazer uma escolha muito grande, muitas vezes nesse processo embrionário é realmente repetitivo, mas a gente vem aperfeiçoando também. Quando começou, era quase um repeteco, de um e de outro, e hoje a gente já consegue ter matérias no jornal diferentes do portal.

Quem se sente parte do processo, como o jornalista a seguir (Jornalista recém-formado), considera que a convergência é uma vantagem, ainda que implique em redução (ou não ampliação) de vagas:

Eu acho que isso hoje em dia, essa questão da convergência está pegando muito. Isso foi até tema de uma discussão em sala de aula. O ex-presidente do Sindicato dos Jornalistas estudava na minha sala. E uma vez (*cita colega de trabalho*) foi dar uma palestra lá; (...) que hoje é comentarista do Bom Dia Paraíba, na época ele era editor do *G1*, aí (...) falou essa questão da convergência e citou até meu exemplo, que aproveitava, por exemplo, o funcionário da TV para fazer matéria do portal também. E tiveram um pequeno bate-boca porque aquela minha vaga como produtor da TV e a outra do portal poderiam estar sendo utilizadas para outro jornalista, outro estagiário. Pra mim, acho que é um aprendizado muito válido, pode ser que no futuro eu possa me importar com isso, de estar fazendo as duas coisas ao mesmo tempo e com uma remuneração apenas. Mas eu acho que é muito legal porque foi uma oportunidade que eu tive de poder conhecer outro veículo, que a TV é uma coisa totalmente diferente do portal.

O jornalista compreende a convergência como um modismo e seu discurso revela deslumbramento com a situação atual da profissão, aliada à oportunidade de novos aprendizados:

“(...) Mas eu acho que é muito legal porque foi uma oportunidade que eu tive de poder conhecer outro veículo”. No momento, o perfil polivalente não parece ser um problema para o entrevistado, mas ele antevê um possível arrependimento: “Pode ser que no futuro eu possa me importar com isso, de estar fazendo as duas coisas ao mesmo tempo e com uma remuneração apenas”.

O “Jornalista Recém-formado” entrou no mercado de trabalho ainda como estagiário. Essa situação está presente hoje em vários veículos da Rede Paraíba de Comunicação e evidencia outro problema do mercado de mídia e não apenas paraibano: estagiários ocupam vagas que deveriam ser de profissionais já formados. Ansiosos por conhecer a prática e garantir um posto de trabalho no futuro, os estudantes de Jornalismo são mão de obra barata e não se furtam em desempenhar atividades diversas que deveriam estar a cargo de profissionais mais capacitados e não de “aprendizes”. Não há estudos conclusivos que apontem uma correlação entre o estágio e o ingresso no mercado de trabalho (ou mesmo o sucesso profissional), mas o discurso dos jornalistas tende a defini-lo como uma instância de socialização e um primeiro contato com o ambiente profissional (PEREIRA, 2014).

Prosseguindo nas nossas análises, encontramos uma voz dissonante dentre os entrevistados, a qual nos apresenta outra leitura do processo de convergência. Ao analisar a fala da “Jornalista crítica”, encontramos novas percepções do Núcleo Integrado Esportivo:

Como eu fiz mais ou menos a especialização, eu tenho mais ou menos uma ideia e não tenho. Porque na teoria ela existe, mas na prática eu nunca vi. Porque na teoria é que existam formas diferentes de dar o mesmo tipo de notícia. Você tem que ter, que era o que já funcionava: pro jornalismo impresso, você tem um tipo de texto, pra TV um tipo de texto, pro portal um tipo de texto e os textos se ligarem entre si.... Então, se a gente vai dar uma matéria na TV, a mesma matéria vai ser dada, não só a linguagem muda, mas a gente também tem que dar recursos. No portal, eu posso colocar vídeos, trechos de entrevista, pode colocar coisas que a TV e o impresso não podem. E aí tem que ligar. Mas eu não vejo isso acontecendo, como eu posso dizer isso, são complementares.

O enunciado aponta para a falta de narrativas multimídia, item incluído dentre os aspectos da “convergência organizacional” apontado por Gordon (2003). Nesse caso, as narrativas que se interligam integram o processo de apresentação dos conteúdos. A “Jornalista crítica” identifica divergências entre o suposto mundo ideal da convergência jornalística e a realidade do dia a dia na redação. Mais: também nos informa sobre o que ocorre, de verdade, no NIE:

Aqui a gente faz o seguinte: *(o editor do NIE)* é a pessoa que faz TV, online e impresso. Porque eu acho que não é convergência? Porque praticamente só faz alterar a linguagem, o texto do jornal é o nosso texto que troca “neste domingo” por “ontem”; “nesta segunda” por “hoje”. Então, não está exatamente completando. São as mesmas informações, mas só com linguagens diferentes, feito por menos pessoas para economizar dinheiro da empresa. Então, não é convergência, é uma palavra bonita.

Para a “Jornalista crítica”, a convergência jornalística camufla um processo de barateamento da produção, algo já apontado por diversos estudos. “São as mesmas informações, (...) feito por menos pessoas para economizar dinheiro da empresa. Então, não é convergência, é uma palavra bonita”. Do ponto de vista técnico, porém, ela consegue vislumbrar alguns indícios de narrativas multimídia que são realizadas no Núcleo Integrado Esportivo, mas ainda como exceções do processo produtivo:

Por exemplo, *(o editor do GE)* fez uma matéria que aí me pareceu mais convergência, mas isso é uma vez no ano perdido. Foi “35 anos da travessia de Kay France”. *(o editor do GE)* foi, fez uma entrevista com ela na praia, pesquisou, trouxe um acervo do jornal, fez a matéria, fez um vídeo que foi editado por *(cita o nome do coordenador de mídias digitais)*, teve toda uma produção e, quando isso foi ao ar, teve uma coisa para a TV, aí foi complementar ao site. O jornal só reproduziu, acho que o jornal poderia ter trazido em forma de pingue-pongue. Só que no final, gastou-se muito tempo. A gente não tem equipe, a gente não tem tempo, e a gente não tem estrutura para fazer convergência.

A convergência jornalística que lhe foi apresentada gera desconforto para a nossa informante. A situação parece clara: não há pessoal, tempo, estrutura. Na prática, temos o que os teóricos que estudam o fenômeno já vêm evidenciando: é uma estratégia para reduzir custos; simples cooperação de meios não é convergência; por trás dessa sinergia, existem mecanismos encobertos para reduzir o número de jornalistas na redação (GARCÍA AVILÉS, 2006).

A partir de agora, prosseguimos com indagações sobre o jornalista polivalente, uma das facetas da dimensão profissional da convergência jornalística, proposta por Salaverría (2003). Relembrando, também Domingo et al (2007) trataram da questão ao apresentar a dimensão jornalista polivalente, na qual ocorre a redefinição de papéis e de competências de repórteres e editores. O tema também foi abordado por González e Micó (2008). Como esse perfil, tão buscado pelas empresas, é percebido por quem faz parte do processo produtivo das redações?

Olha, polivalente já está dizendo, é aquele que exerce praticamente todas as coisas, é polivalente. Ele, a hora que você coloca lá, ele vai ter de exercer. Por isso que é importante (...) você estar atualizado em todas as áreas, não só em uma. Eu sempre estou me atualizando, eu tou lendo política (...), até coluna social eu leio. Até anúncio você

tem de ler, que às vezes tem um negócio interessante. E o polivalente tem de fazer as coisas. Se você for depender só de uma coisa, você não vai evoluir nunca. Então, você tem de continuar noutros setores, de tudo você tem de entender um pouco, de todas as áreas.

A primeira voz sobre o tema polivalência é a do “Jornalista mais antigo”. Ele defende que o profissional deve entender de todas as áreas: “Se você for depender só de uma coisa, você não vai evoluir nunca”. Por isso, ele busca evoluir sempre e ler textos de diferentes editorias, para manter a empregabilidade no mercado, que busca nos profissionais a “polivalência temática”, apresentada por González e Micó (2008) como aquela em que “os jornalistas redigem notícias relacionadas com áreas temáticas distintas”. Nosso informante é um repórter esportivo assumindo que lê seções consideradas frívolas de um jornal com o objetivo de se manter apto para o mercado, pois ser jornalista polivalente seria o perfil ideal exigido pelas empresas:

Para hoje em dia, o perfil é esse. O que requer de um bom jornalista é esse aí, você tem que estar dentro de tudo isso aí. Você não vai ficar só preso a jornal, você vai trabalhar numa rádio, ou como produtor de televisão. Você precisa estar bem preparado para todas essas coisas, devido à grande evolução que houve nos últimos tempos, uma evolução muito grande. Precisa estar lendo, se aprimorando, se reciclando. Aí você vai alcançando as coisas.

Para uma segunda voz, o profissional polivalente “é aquele que não está ali apenas para cobrir uma pauta”. O “Jornalista apresentador de TV” oferece sua própria experiência como exemplo: “(...) principalmente na televisão, que é o meu caso. Então eu cubro (...) em todas as funções dele, na edição, na apresentação, na reportagem, no planejamento das pautas do dia”. Apesar de a polivalência fazer parte da sua rotina na redação, o jornalista não tem certeza se esse perfil é o ideal. Para ele, em determinado momento, algum aspecto do processo produtivo será negligenciado:

Se é o ideal, eu não sei te dizer ainda. Eu acho que de alguma forma você vai falhar. Porque você vai se dedicar mais a algum ponto que você se acha mais forte. É como na escola. Você se acha mais forte naquela matéria, gosta tanto que se dedica mais a ela, e as outras, negligencia. Eu acho que a gente tem de ter uma equipe maior, mesmo sendo jornalistas polivalentes, a equipe precisa ser maior para evitar essas lacunas. (...) O problema é que o mercado não adquire profissionais suficientes para ocupar os cargos e dar conta dessa demanda.

Se as empresas não contratam mais gente, alguém precisa “dar conta dessa demanda”, afinal é preciso colocar o jornal na rua, gravar novo spot para o rádio, fazer a escalada do

programa de TV, atualizar o portal. A polivalência, para essa voz, nasce da necessidade de se realizar o trabalho de todo dia e não do suposto medo que os profissionais têm em perder o emprego.

A “Jornalista crítica” apresenta divergências em relação a essa visão:

Os jornalistas estão adotando o perfil polivalente para não perder o emprego e para ser lembrado também quando chegar o momento de ou promoção, ou ascensão (...). A gente quando pensa nisso é ou para segurar emprego ou para conseguir emprego. Ou para conquistar um mínimo de ascensão.

Para essa profissional, adquirir uma nova competência ou experiência como jornalista é algo válido, desde que não seja como obrigação de sempre fazer:

Parte da gente mesmo, ah, eu quero ter uma experiência nova. É legal, às vezes, pegar uma sonora pra TV. Sei lá, um dia poder fazer um *off* pra TV. Eu queria poder fazer isso se fosse interesse meu. Mas aí você pensa: vai ser isso e vai ser mais uma função para eu ser explorado. Às vezes meu pensamento é esse: eu vou aprender a fazer mais alguma coisa, para fazer uma vez ou outra quando tiver vontade, porque a gente gosta de variar o cardápio. É bom tirar foto às vezes, mas não todo jogo; é bom fazer TR às vezes, mas não ter de fazer TR, fazer isso e fazer aquilo. É bom ter como variar, mas no final em vez de fazer uma vez ou outra, vai fazer tudo de uma vez.

O campo de sentidos que a “Jornalista crítica” constrói revela sua insatisfação com a obrigatoriedade de ser polivalente: “mais uma função para eu ser explorado”, “todo jogo”, “ter de fazer TR, fazer isso e fazer aquilo”, “fazer tudo de uma vez”. O ritmo de trabalho, sempre correndo contra o tempo, sob elevada carga de estresse, o desafio com as novas plataformas e as linguagens aumentam a tensão da profissional (NONATO, 2013). Tal desconforto evidencia-se ainda mais quando nos deparamos com o relato que a profissional faz de uma experiência de polivalência durante uma cobertura de jogo de futebol:

A gente vai a campo, com celular nosso e o celular da redação. E é recomendado que a gente tire foto com um, porque o 3G é mais rápido, e vá dando informações do jogo pelo telefone. Você leva uma máquina também. Então, você vai com caneta, papel, um telefone, outro telefone, e uma máquina aqui. Você tira foto do jogo, você tira foto com celular para mandar na hora porque tem um TR feito na hora. Você tem que alimentar o TR com informações e fotos, você tem que prestar atenção que depois vai ter a repercussão e você tem que fazer perguntas para vários jogadores. Você ainda tem que se preocupar que, no final de tudo, além do seu telefone, você tem de pegar entrevista para o portal, ainda tem a TV descendo para você pegar imagens. Então eu me pergunto: como isso pode ser bom? Como é que tou fazendo bem ao jornalismo se eu tenho que tirar foto, mandar informação, tirar foto pra depois, tira foto pra hora? (...) já aconteceu de ter de pendurar a câmera para não cair, mas meu celular já caiu no chão, o celular da redação já caiu no chão. Eu perco a caneta, vou procurando encontro a caneta. (...). E o

que se fala é: “Vamos tentar fazer mais rápido, vamos tentar melhorar isso”. Melhorar pra quê?

A narrativa tem ritmo próprio; é densa e esclarecedora. Numa simples leitura, podemos visualizar concretamente o sufoco por que passam esses profissionais. É o jornalista multitarefa em campo, equilibrando tempo, competências e equipamentos de trabalho. “Então, você vai com caneta, papel, um telefone, outro telefone, e uma máquina aqui”. O verbo “ter” evidencia a urgência da polivalência em vários momentos: “tem que alimentar o TR”; “tem que prestar atenção”; “tem que fazer perguntas”; “tem que se preocupar”; “tem que fazer entrevistas”. Aqui, temos a “tensão do papel” (KUNCZIK, 1988, p.159), pois o cumprimento do dever de jornalista polivalente se transformou em uma carga. Kischinhevsky (2010) critica esse novo modelo de rotina produtiva, defendido a partir de um suposto discurso de que a convergência é algo inevitável em atendimento a uma demanda social por informação. Na prática, segundo o autor, a nova lógica esconde a exploração do trabalho dos jornalistas: O tema já desperta ações de representantes da categoria: em 2009, o Sindicato dos Jornalistas do Rio reivindicou, durante a campanha salarial, “multissalário para os repórteres que dão conta da chamada “multifunção” (KISCHINHEVSKY, 2010, p. 4).

O discurso da “Jornalista crítica” tem continuidade com a proposta de contratação de novos profissionais como uma possível solução para a polivalência que se apresenta, dessa forma, como problema:

Era para ter, na minha opinião, um fotógrafo, para eu não me preocupar com foto. Ou eu sou repórter fotográfico, ou sou repórter de texto - então não era para eu me preocupar com as duas coisas. (...). Então, assim, a convergência aqui, ela é usada para explorar. Porque não é convergência. Uma pessoa fazendo várias coisas não é convergência. Você precisa de várias pessoas, para fazer várias coisas, cada uma desempenhando uma função, porque eu acho que não sai bom. Então diz “a gente está pecando nisso, está pecando naquilo”. A gente está pecando porque não tem equipe, porque não tem estrutura... Eu não vou pagar para fazer um curso de foto, para poder a empresa, para ser a melhor repórter da empresa... Até porque eu não vou receber mais por isso, eu vou fazer tudo isso e vou ganhar o mesmo salário.

O processo de trabalho nas empresas de comunicação está sofrendo mudanças, com consequentes transformações para a profissão de jornalista. As condições de trabalho não são ideais e falta a devida remuneração para o trabalho polivalente. Além de exemplos nos Estados Unidos e diversos países da Europa, grupos brasileiros de comunicação intensificaram projetos de convergência com vistas à aquisição de sinergia. Para estabelecer sistemas de cooperação e

intercâmbio de conteúdo entre seus veículos, busca-se sugar o máximo de produtividade de seus empregados (KISCHINHEVSKY, 2010).

Tal realidade também é percebida no Núcleo Integrado Esportivo: “(...) Então, assim, a convergência aqui, ela é usada para explorar”. A “Jornalista crítica” percebe que a criação do perfil de profissional polivalente traz mais ganhos para a empresa e não para os funcionários: “(...) Eu não vou pagar para fazer um curso de foto, para poder a empresa, para ser a melhor repórter da empresa... Até porque eu não vou receber mais por isso, eu vou fazer tudo isso e vou ganhar o mesmo salário”. Essa situação já foi discutida por Kischinhevsky (2010): em todas as grandes redações do país, jornalistas passaram a ser instados a “colaborar” com diversos veículos, sem qualquer gratificação.

O que fica evidenciado, no entanto, é que a ideologia das empresas está ganhando corpo entre a maioria dos funcionários, fazendo prevalecer a lógica da necessidade de se ter um perfil polivalente, como podemos observar na voz: do “Jornalista esportivo”, que ocupa um cargo de chefia na empresa:

O jornalista polivalente, ele tem que ter a percepção para fazer essas fotos, fazer vídeos, conseguir cada vez mais atender as diferentes mídias, e – não sei se estou falando besteira – mas a polivalência passa também pela questão de edição, você ser repórter, mas também editor quando for necessário. Cada vez mais, principalmente em portais, as pessoas têm que ter mais atribuições. Muitas vezes, você precisa fazer uma manchete, você precisa pensar uma foto boa para a capa e isso também passa pela polivalência do jornalista.

Também aqui, a polivalência surge como algo imperativo: “(...) as pessoas têm que ter mais atribuições”. É a lógica do mercado que prevalece entre os profissionais, principalmente entre aqueles que possuem algum cargo de chefia ou têm pretensões de ascensão funcional. Isso está registrado em pesquisa realizada, ainda em 2008, sobre o mundo do trabalho dos comunicadores: as empresas e seus dirigentes anseiam pela formação de um profissional com olhar de administrador do negócio, com noções comerciais e empresariais do produto jornalístico. Como conclusão do estudo, temos que a filosofia do mercado tem entrado nas redações e ocupado cada vez mais espaço nas bancadas de trabalho (NONATO, 2013).

O questionamento se o perfil polivalente deve ser considerado como algo ideal, porém, leva o “Jornalista esportivo” a refletir sobre o tema, para além das exigências do mercado:

Isso é um bom debate. É muito bom, mas também corre o risco da gente... Se uma mesma pessoa está responsável por fazer fotos e vídeos, ela corre o risco de ter o vídeo e não ter a foto. Então, (ter) mais profissionais permite que você faça talvez um trabalho melhor para cada uma da sua área. Se o jornalista está lá, exclusivamente para uma matéria para jornal, para portal, para o jornal, ele tem como pensar mais os elementos necessários, porque são elementos diferentes. O vídeo precisa de certas imagens, você até faz uma matéria de texto sem a imagem, que você pega arquivo, mas para TV não dá. Para nossa realidade é muito bom, porque às vezes a gente sofria com isso. Porque tinha um repórter de TV, um repórter de jornal e internet no mesmo lugar e às vezes tinha dificuldade de cobrir um outro evento. Então, eu percebo a importância de você ter isso, mas eu também percebo que em matérias especiais, em matérias mais trabalhadas... Ou você tem muito tempo para a fazer a coisa, ou corre-se o risco, de você perder alguma coisa. Isso é inegável.

A dimensão profissional da convergência, no aspecto do jornalista multitarefa, soluciona problemas da falta de mais profissionais no processo produtivo: “Para a nossa realidade é bom, porque às vezes a gente sofria com isso”. Fazer mais com menos é o sonho de todo e qualquer empresário. A dinâmica da sinergia entre os suportes, porém, coloca as falhas em evidência, principalmente quando o conteúdo começa a ser feito de forma padronizada: “Se o jornalista está lá, exclusivamente para uma matéria para jornal, para portal, para o jornal, ele tem como pensar mais os elementos necessários, porque são elementos diferentes”. Ou quando se perde um fio na meada da notícia, porque o jornalista não tem tempo para dar conta da demanda extra: “Ou você tem muito tempo para fazer a coisa, ou corre-se o risco, de você perder alguma coisa. Isso é inegável”.

Outra voz (o Jornalista editor) acredita que o perfil polivalente está nas raízes do que foi ensinado na universidade:

Eu costumo dizer que quando o pessoal entra no jornal, na Rede, costumo sempre dizer que a gente não foi formado para ser repórter esportivo, nem foi formado para ser repórter esportivo de jornal, ou para ser repórter esportivo de portal ou repórter esportivo de TV. Passamos por uma universidade e nessa universidade, nos foi colocado todos os tipos de situações, ainda que de uma forma acadêmica, (...) de forma que não retratasse a realidade, mas a gente aprendeu a fazer. A gente aprendeu a fazer *off*, a gente aprendeu a fazer uma boa produção, aprendemos a fazer um jornal, talvez o online seja o produto mais novo, na minha época mesmo ninguém falava nem em online, nesse jornalismo mais imediato. A coisa mais imediata que nós tínhamos era o rádio. Então hoje você tem uma outra concepção, mas esses meninos que estão sendo formados agora, eles sabem que o mercado tem essa exigência do online.

Para essa voz, ao ofertar disciplinas de diversas áreas aos estudantes de Jornalismo (radiojornalismo, televisão, jornalismo impresso, jornalismo online etc.), a universidade já estaria formando profissionais com perfil polivalente: “Passamos por uma universidade e, nessa

universidade, nos foi colocado todos os tipos de situações, ainda que de uma forma acadêmica, (...) de forma que não retratasse a realidade, mas a gente aprendeu a fazer”. O discurso também remete ao mundo dos nativos digitais, para quem ser polivalente seria inerente ao jornalista:

Então, o mundo está diferente, mas quem está saindo da universidade entende isso. E eu acho que não há uma grande diferença de ser jornalista polivalente. É claro que existem vocações, que existe um bom jornalista de TV. Ele vai ser um bom jornalista de TV, mas ele pode dar uma ajuda substancial nas outras mídias. E é isso o que eu faço: eu não exijo que o repórter do jornal, do portal, ele vá fazer um *off*, grave um *off*, vá para a frente da câmera, mas ele pode gravar uma sonora. Eu não preciso ter três repórteres, de três mídias diferentes, fazendo a mesma pergunta, um com um microfone, e outro com gravador, e outro com um bloquinho. E esse repórter ele pode fazer tudo.

O “Jornalista editor” afirma que “não exige” determinadas ações de seu subordinado, mas deixa claro que “ele pode dar uma ajuda substancial nas outras mídias”.

Muitas vezes o tratamento dado à notícia é que é diferente e aí passa muito por mim. Como eu acabo chefiando o jornal e a TV, acaba que o *off* que eles fazem, que os repórteres fazem para o portal ou para o jornal, o *off* não, a sonora, eu dou um tratamento diferenciado na TV. Eu pego um gancho diferente, eu tenho outros recursos para utilizar: uma imagem de arquivo, uma sonora adicional, enfim, a repercussão de uma imagem, tenho a própria imagem para ilustrar aquela sonora. Então, ele me fez um trabalho bruto, ele vai me entregar um trabalho bruto, mas ele pode fazer esse trabalho bruto. Se polivalência é isso, eu acho que, enfim, todos nós somos capazes a fazer de fazer isso.

O repórter com perfil multiplataforma e que “pode fazer tudo” (pegar informações para o portal e jornal impresso, fazer fotos com celular e câmera fotográfica e ainda gravar sonora para a TV) termina se transformando em um “malabarista da informação” – para resgatar o termo cunhado por Kischinhevsky (2010) –, o qual equilibra diversos aparelhos eletrônicos, como gravadores, filmadoras, celulares com câmera fotográfica e notebooks. O resultado disso – a polivalência jornalística é a deusa Shiva com seus vários braços – é um jornalismo precário, que abre margem para discussões sobre a qualidade do que está sendo produzido e também para a forma como os profissionais que fazem parte dessa dinâmica de sinergia se sentem. Relembrando o relato da “Jornalista crítica” que foi cobrir um jogo no campo de futebol, temos evidências do problema:

Eu vou ao campo e estou cada vez mais perdida, eu sinto. E às vezes me acho um lixo profissional. Às vezes, chego em casa: “Deixei de fazer um monte de coisa”. (...) Tem muito isso: “Ah a gente poderia ter feito um trabalho melhor”. Hoje já desencanei, mas antigamente tinha muitas discussões (...). Quando eu tentava fazer de um tudo, saía as

coisas pela metade e ainda tinha de ouvir (...) : “Ah, você poderia ter feito isso e isso mais”.

Essa narrativa identifica um profissional esgotado, frustrado com o jornalismo que consegue produzir em condições de extremo estresse: “(...) estou cada vez mais perdida”; “ (...) às vezes me acho um lixo profissional”; “(...) quando eu tentava fazer de um tudo, as coisas saíam pela metade”. Como em Nonato (2013, p. 63), é a fala de quem está sendo engolido pelo tempo, pelas atribuições, pelo volume de trabalho. A polivalência é apontada por alguns autores como sendo a responsável pela degradação da profissão jornalística nos últimos anos, dentre outras questões. Muitos profissionais são exortados a produzir cada vez mais informação, com maior rapidez e em jornadas laborais mais longas (BASTOS et al, 2012).

No discurso de quem chefia, no entanto, como é o caso da voz do “Jornalista editor”, qualquer profissional pode dar uma colaboração no processo produtivo – “(...) todos nós somos capazes de fazer isso”. Para esse profissional, trata-se de uma questão de adaptação ao mercado e de empregabilidade, bem como de cultura profissional e mentalidade geracional:

Acho que é um pouquinho de tudo na verdade. Acho que ele precisa se adequar a essa realidade de mercado e ele sabe que o mercado cada vez mais vai exigir isso, não é só aqui, não é só na Rede Paraíba. É um projeto pioneiro, mas que já vem sendo, inclusive, na academia já vem sendo estudado, então ele sabe que a tendência é essa. Então tem essa coisa de você se adaptar ao mercado. (...) Então, existe uma exigência do mercado, existe uma necessidade ou, na minha opinião, uma vontade do jornalista mesmo de querer melhorar sua matéria, de querer pegar, de compartilhar aquele flagrante. E assim, eu acho que é isso. Essa polivalência vai ser tratada com mais naturalidade no futuro. (...) Acho que as novas gerações, a geração de (*cita o nome da própria filha*), vai ver esse “faz tudo” de uma forma bem mais natural do que a gente está enxergando hoje.

O enunciado revela um profissional que tem acompanhado as discussões sobre convergência jornalística no âmbito acadêmico, ainda que de longe, bem como a ruptura dos modelos de negócio das empresas de mídia: “É um projeto pioneiro, mas que já vem sendo, inclusive, na academia já vem sendo estudado, então ele sabe que a tendência é essa”. É a voz do editor – que representa a empresa, defende o negócio onde trabalha e segue uma linha editorial.

A lógica polivalente que, imagina-se, será encarada com mais naturalidade pelas gerações futuras, também tem aceitação entre alguns teóricos. Da mesma forma que dizem que “os meios devem se reinventar”, há quem defenda que os jornalistas precisam reorientar seu futuro. Desse modo, não seria possível operar meios do século XXI com rotinas profissionais e mentalidade do século XX. O argumento é que muitos jornalistas perpetuam processos de trabalho e

mentalidades ancorados no passado e que, portanto, seriam arcaicos. “Surpreende que tantos jornalistas, apesar de estarem acostumados por seu trabalho a lidar com inovações e com o que há de mais novo, sejam ao mesmo tempo tão refratários a renovar seus próprios modos de trabalho” (SALAVERRÍA, 2015, p. 82).

Numa releitura de Agnez (2011), temos que as práticas moldaram a identidade do “Jornalista online”, que se viu diante da exigência do mercado para que fosse polivalente.

Eu acho que o mercado exige. Por exemplo, no meu primeiro ano, eu não percebia essa exigência tão forte quanto percebo hoje. E acho que a tendência individual de cada jornalista de buscar essa polivalência, buscar aprender todos os meios é muito mais por perceber que o mercado exige do que por achar que é bom para ele, que ele seja polivalente. Então eu acho que muito embora haja interesse individual, a demanda, a procura por ser polivalente é mais por conta da exigência do mercado. Eu por exemplo, por mais que goste de aprender tudo, me interesso muito mais em abrir esses leques porque percebo que o mercado está exigindo isso de mim. Porque quanto mais eu souber, mais o meu lugar no mercado vai estar garantido. Eu percebo assim.

O hiato entre a entrada desse profissional no mercado de trabalho e o momento da entrevista comporta uns quatro anos. Nesse intervalo, o mundo da comunicação se transformou de forma mais acelerada na Paraíba – algo que já vinha ocorrendo no restante do Brasil desde a década de 1990, quando o mercado de mídia começou a perceber que o modelo de negócio tradicional não conseguia mais bancar as organizações jornalísticas. “(...) no meu primeiro ano, eu não percebia essa exigência tão forte”. Tal cenário reclama profissionais mais bem preparados, o que também afeta a percepção dos jornalistas sobre o futuro: “Porque quanto mais eu souber, mais o meu lugar no mercado vai estar garantido. Eu percebo assim”.

Esse profissional também concebe a polivalência como uma qualidade que não é restrita apenas à figura do jornalista. De fato, a demanda por profissionais cada vez mais versáteis é tendência em todo o mercado de trabalho. Em qualquer área, atualmente, as empresas buscam profissionais que desempenhem funções diferenciadas e que se mantenham constantemente atualizados.

Pra mim polivalência como é no jornalismo vai ser como é em qualquer outra função. Um jornalista polivalente, na minha concepção, vai ser aquele que faz tudo o que qualquer jornalista precisa saber fazer. Por mais que cada um vá ter suas especialidades, o polivalente pra mim vai ser aquele que souber fazer, não necessariamente com primor, mas que saiba lidar, por exemplo, saiba trabalhar com jornalismo online, televisivo, impresso, e que saiba lidar em cada uma delas. Se eu me perder em jornalismo impresso, me perder em jornalismo televisivo, mesmo que eu me dê bem em jornalismo online, eu

acho que eu não vou ser um jornalista polivalente. E aí para eu me descobrir polivalente, eu vou ter que me testar nessas outras áreas.

O enunciado também indica um possível resultado dessa demanda empresarial: a tarefa será desempenhada, mas a qualidade pode ser comprometida. “Por mais que cada um vá ter suas especialidades, o polivalente pra mim vai ser aquele que souber fazer, não necessariamente com primor (...)”. O “Jornalista online” ainda sugere que é preciso ser lançado ao mar da dimensão profissional da convergência jornalística, para saber se possui as competências exigidas, se consegue ou não nadar: “E aí para eu me descobrir polivalente, eu vou ter que me testar nessas outras áreas”.

Para prosseguir com esse momento do estudo, perguntamos aos entrevistados se eles concordam com outro ideal do mercado: o modelo do “jornalista universal”, em que se exige uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria (MARCONDES FILHO, 2009). Logo surge a voz da “Jornalista crítica”, questionando o próprio conceito sugerido:

Eu entendo jornalista universal de uma forma diferente. Eu acho que é bom ter experiência em cada ponto. Eu queria escrever para rádio. Sei escrever para jornal, sei como funciona o texto de jornal, sei escrever para portal, já trabalhei como produtora de TV, mas não como editora, acho que é bom saber cada coisinha dessa, mas se for para o bem do jornalismo e não para o bem da empresa. Eu não quero ter de aprender para poder lá na frente obrigar o meu colega a (...) ele vai ser obrigado a fazer tudo isso. Ele não vai ser um bom profissional se for fazer o que ele não gosta. Quem não quer saber um pouquinho de tudo?

A fala enuncia que é bom saber um pouco mais, mas desde que não seja para, no futuro, ter de obrigar um companheiro de trabalho a fazer o que não gosta: “Eu não quero ter de aprender para poder lá na frente obrigar o meu colega a (...) ele vai ser obrigado a fazer tudo isso”. A capacidade redacional diversa, para a “Jornalista crítica”, amplia a experiência dos profissionais e é algo positivo, porém, quando utilizado para promover o jornalismo: “(...) é bom saber cada coisinha dessa (*sic*), mas se for para o bem do jornalismo e não para o bem da empresa”. O discurso é de um profissional que resiste a ser esmagado pelas vontades do mercado e, desse modo, geralmente se apresenta com uma postura refratária às novas exigências dos conglomerados de mídia.

Ser “jornalista universal” exige muito dos profissionais e esse ideal almejado pelo mercado não é conquistado sem esforço. Até mesmo porque, ainda que todo jornalismo compartilhe um pouco do mesmo amálgama, cada meio conta com seus próprios códigos. Daí a

distinção entre jornalismo impresso, jornalismo radiofônico, jornalismo televisivo e jornalismo online, como variedades específicas de uma mesma disciplina (SALAVERRÍA, 2015).

Uma segunda voz (Jornalista apresentador de TV) expressa que o modelo do “jornalista universal” não é algo que deva ser buscado por todos os jornalistas.

Não necessariamente. Quando comecei, me chamaram para fazer Esportes. Mas há os recessos do futebol. Inclusive, no início, quando entrou o primeiro recesso, o pessoal me colocou na rua para fazer factuais. Então voltei e disse: “Se for para continuar assim, não me interessa”. Fiz um ou dois VTs e não gostei do produto final.

Para o “Jornalista apresentador de TV”, é preciso se respeitar as preferências de cada um, para que não se comprometa a qualidade do produto: Temas “*factuais*” são considerados generalidades para essa voz. Foge ao que estava acordado quando do momento de sua contratação: cobrir apenas o noticiário esportivo. “*O pessoal*” nessa narrativa são os produtores ou editores da TV. Para resolver o problema de falta de repórter em uma área, e como estava em época de recesso do Campeonato Paraibano, não viram problema em deslocar o profissional de uma editoria especializada para cobrir notícias do cotidiano. Para quem precisava redigir a matéria, contudo, a experiência não foi boa: “Fiz um ou dois VTs e não gostei do produto final”.

Outro profissional (o “Jornalista mais antigo”) também avalia que isso prejudica o bom jornalismo, ainda que o repórter possa ter conhecimento amplo sobre todas as áreas:

Eu defendo assim: você tem de aprender de tudo um pouco, agora cada área tem seu perfil. Tem uns que se adaptam mais à área policial, tem outros de esporte, política. Olha só, no Correio, no domingo, eles pegavam, por exemplo, um colunista social para fazer esportes. Você via que (...) o texto era da pessoa rir. Assim, eu acho, cada um no seu setor. Eu via colunista social fazendo esporte, agora o texto não tinha nada a ver. Você pegar uma pessoa que não está acompanhando e colocar para fazer aquilo ali. Muitas vezes sai coisa errada. Eu acho que isso não é bom para o jornalista, para você não confundir as coisas depois.

O exemplo dado nessa narrativa se refere a um jornal concorrente, o Correio da Paraíba. Em plantões de domingo, quando geralmente a equipe é reduzida, um colunista social ficava responsável por fazer a cobertura esportiva. Sem compreender os meandros nem a linguagem específica da editoria em questão – “o futebolês”, como chamam as pessoas da área –, esse profissional produzia um conteúdo sem qualidade: “Você via que (...) o texto era da pessoa rir”; “Você pegar uma pessoa que não está acompanhando e colocar para fazer aquilo ali. Muitas vezes sai coisa errada”.

Já para o “Jornalista recém-formado”, o risco de não acompanhar a cobertura e ter como resultado um produto ruim caminha em paralelo às vantagens de poder “variar” de editoria:

Eu acho que variar um pouco às vezes é bom, porque você não fica só com o esporte, por exemplo, mas ao mesmo tempo se você não ficar cobrindo aquela editoria diariamente, você pode ficar perdido. Acontece muito isso, por exemplo, na TV. Tem repórter que não faz esporte todo dia na TV. Ele não acompanha todo dia. Quando ele chega numa matéria de treino, por exemplo futebol, que é o carro-chefe, ele fica perdido – porque não vem acompanhando, não sabe o que está acontecendo. Às vezes a fonte não conhece ele, não sabe nem quem é ele; diferente de uma pessoa que cobre diariamente aquele assunto. É uma faca de dois gumes: é bom você variar, mas ao mesmo tempo – variar para não ficar só naquela área, porque pode ser cansativo ficar em uma só editoria –, mas você perde porque você tendo sempre aquela mesma pessoa fazendo aquela editoria, você vai até ganhar um pouco mais de confiança, você pode conseguir uma matéria exclusiva, até pela amizade entre aspas que você tem com ele. Ele vai lhe privilegiar com uma informação boa.

Um terceiro profissional (o Jornalista online) não concorda que é imperativo ser “jornalista universal”:

Então, eu não acho que tenha quer ser. Eu acho que dá para ser um bom jornalista sem necessariamente conseguir escrever e agir de forma plena em todas as editorias, mas, quanto mais a gente tiver essa habilidade, melhor vai ser tanto para a empresa que tiver esse jornalista contratado quanto pro próprio jornalista que vai poder, inclusive, fazer exigências às empresas e tudo o mais.

O modelo do “jornalista universal”, utilizável em qualquer editoria, derruba a antiga ideia de que era preciso ter especialistas nas redações, pois os veículos, agora, se satisfazem com um bom prestador de serviços jornalísticos: um simples e bom redator. E que, ao contrário do que foi expresso na narrativa acima, não vai ter condições de fazer exigência às empresas.

Ainda que, com a figura do “jornalista universal”, tenhamos fatos e análises triturados na produção diária do jornal, resultando num conteúdo inodoro, incolor e insosso (MARCONDES FILHO, 2009), há, dentre as vozes, quem defenda esse modelo, a exemplo do “Jornalista esportivo”:

Eu acho, eu sou dessa escola. Sempre quis ser jornalista esportivo, mas nunca me neguei a fazer outras coisas. Eu já gosto desse exemplo: já me escondi atrás de árvore em assalto a banco, já entrei em favela com (*cita nome de um fotógrafo*) – morrendo de medo, eu sou um medroso convicto – com a polícia bem armada. Eu fazia o melhor que eu podia fazer. Já fiz fuga de presídio (...). Eu morria de medo. Não é o jornalismo que eu gosto mais. Eu odiava fazer a ronda matinal, ligar para a delegacia, no entanto fiz durante seis meses e acho que desempenhei um bom papel. E acho que isso me ajudou bastante. Por exemplo: é esporte, mas Marcelinho Paraíba já foi preso por estupro. É esporte, mas já teve uma deposição de Rosilene Gomes e é Justiça. Nada me ofendeu

mais uma vez do que ver um estagiário da TV Cabo Branco se negar a fazer uma matéria porque era esporte, e esporte ele não queria saber. Acho isso uma tolice.

Ressalte-se que o “Jornalista esportivo” cita parte de sua própria trajetória profissional para considerar o modelo do “jornalista universal” como algo válido: “Eu sou dessa escola”; “Sempre quis ser jornalista esportivo, mas nunca me neguei a fazer outras coisas”. O fato de um estagiário não corroborar com essa prática e até se negar a fazer uma matéria chega a ser uma afronta para o profissional: “Nada me ofendeu mais (...) Acho isso uma tolice”. Como já citado antes, é a ideologia do mercado, que busca o profissional faz-tudo, sendo absorvida por alguns profissionais.

Para essa voz, até mesmo por uma questão de sobrevivência, os jornalistas deveriam se adaptar a esse formato:

Jornalista não tem problema nenhum declarar para os quatro cantos que gosta mais ou prefere tal coisa, mas jornalista que se nega a escrever, ou ele é muito bom, ou ele já tem o nome consagrado e está chovendo emprego, ou vai ter problema na vida. Principalmente essas editorias mais especializadas, cultura, esporte, é mais difícil abrir vagas. Até mesmo por uma questão de sobrevivência mesmo, não porque você vai ser bom em tudo, mas por uma questão de sobrevivência mesmo, senão muitas vezes você não tem mercado.

O discurso alerta para o tempo de hoje, no qual jornalista não pode querer ser especialista em alguma editoria, porque faltam empregos nos veículos de comunicação e ele “vai ter problemas na vida”. Ele trata com ironia quem tem uma atitude refratária e se opõe ao rolo-compressor do mercado: “(...) ou ele é muito bom, ou ele já tem o nome consagrado e está chovendo emprego”.

Para o “Jornalista editor”, o modelo do “jornalista universal” é uma boa ideia, mas com vistas ao futuro.

Assim, claro que se o meu mundo é o esporte, se hoje eu lido com esporte na TV, no portal e no jornal, evidentemente eu não vou ter a qualidade de ser um bom repórter do Vida & Arte ou de política. Eu não acompanho ali o meio. Acho que é uma ideia para o futuro, de você universalizar, de você fazer um rodízio, de você capacitar. Eu acho que quanto mais você cria uma bitola, um universo único de atuação, você vai castrando um pouquinho essa habilidade que nós, quando nós saímos da universidade, temos a convicção de que poderemos fazer tudo.

A narrativa remete à ideia, já apresentada aqui por outra voz, de que a figura do “jornalista universal” é positiva, mas implica em prejuízos para a qualidade do conteúdo, como

falta de aprofundamento e pausterização dos textos. Mesmo assim, o profissional defende que não se pode criar um “universo único de atuação” para os jornalistas, principalmente porque existe uma formação para esse perfil “universal” na universidade. Para tornar o modelo viável, essa voz propõe que se invista em qualificação.

(...) eu acho que essa questão universal seria salutar, seria muito bom para o mercado, mas isso eu acho mais difícil. De você promover um rodízio, você ter repórteres capacitados. (...) eu já tive experiências terríveis de repórteres de outras editorias que foram fazer esporte. Não é culpa dele, não é a capacidade profissional, nem intelectual dele, não é nada disso, mas é um mundo totalmente diferente. Hoje na TV, por exemplo, eu estava escalando o repórter da noite, formando equipe da noite e me foi colocada a possibilidade de ter um repórter da TV Cabo Branco, ou do horário, fazendo futebol. Eu digo, não eu não quero.

O discurso é de um profissional alinhado com a ideologia do empresariado: “(...) seria salutar, seria muito bom para o mercado”, ainda que perceba reflexos negativos desse modelo: “(...) eu já tive experiências terríveis de repórteres de outras editorias fazendo esporte”. Para esse jornalista, esse perfil não funciona, por isso ele não hesita em rejeitar um repórter de outra área. O modelo do “jornalista universal”, foco deste momento de análise, remete a uma das variantes da polivalência apresentadas por Salaverría (2003). Nesse caso, compreende o jornalismo afastado de especializações por áreas, pois o profissional é obrigado a abordar qualquer assunto em função da atualidade jornalística. Em González e Micó (2008), conforme abordado no Capítulo 1, esse mesmo conceito é tratado, sob o nome de “Polivalência temática”. A figura do “jornalista universal” não existe hoje no Núcleo Integrado Esportivo, justamente porque se trata de um setor especializado. No mesmo grupo de mídia, contudo, identificamos esse perfil no portal do *Jornal da Paraíba* e no *G1 Paraíba*.

Nossa análise das narrativas entra agora, especificamente, na seara da “redação integrada”. Relembrando o que foi apresentado no Capítulo 1, temos que alguns autores e mesmo os conglomerados de mídia, consideram a integração de redações como sinônimo de convergência jornalística. No modelo proposto por Dailey, Demo e Spillman (2005), a convergência é um processo linear que culmina com a integração plena.

Perguntamos aos entrevistados escolhidos para esse momento da pesquisa: qual a sua concepção de redação integrada? O conceito formal não está muito claro para alguns profissionais, a exemplo do “Jornalista recém-formado”, ainda que ele imagine como deveria funcionar uma redação nesses moldes:

Eu confesso que eu não tenho um conceito formado sobre o que é redação integrada, mas acho que deveria ser com todos os veículos juntos, até mesmo para a troca de ideias entre os profissionais. Acho que poderia render até bem mais, toda a redação junta na mesma sala. Até a conversa poderia fluir melhor, como uma sugestão de pautas. Um exemplo: saber qual é uma pauta que o jornal está fazendo hoje, que poderia render para a TV também, que poderiam os dois veículos saírem juntos com a matéria. Não a TV dar o furo no jornal ou o jornal dar o furo na TV. Acho que esse diálogo falta. Por exemplo, uma matéria exclusiva do jornal; o jornal dá a matéria primeiro, mas o jornal sai logo cedo, e a TV poderia trazer o material na hora do almoço, por exemplo, e até citar que era uma informação exclusiva... feita pelo *Jornal da Paraíba*. Acho que falta muito assim esse diálogo de uma redação integrada.

No recorte acima, temos uma voz que ignora o conceito formal sobre redação integrada, mas não se exime de emitir sua opinião. O discurso evidencia que o conceito idealizado pelo “Jornalista recém-formado” não encontra reflexo na realidade vivida no NIE, onde as equipes não ocupam o mesmo espaço, havendo divisão entre as equipes da TV e do portal/impresso. Caso as redações estivessem no mesmo ambiente, segundo a voz, haveria mais diálogo, facilitando a rotina produtiva: “Acho que poderia render até bem mais (...) Até a conversa poderia fluir melhor, como uma sugestão de pautas. (...). Acho que falta muito, assim, esse diálogo de uma redação integrada”.

Outro profissional (Jornalista apresentador de TV) foi enfático em sua definição, valorizando o fenômeno, mas afirmando que, em seu entendimento, isso ainda não existe na Rede Paraíba de Comunicação:

Olha eu acho importante, mas acho que nós não temos, principalmente no esporte, aquele núcleo esportivo e tal. Porque numa redação integrada, a gente fala a mesma língua. É o mesmo que colocar numa mesa redonda vários comentaristas políticos, todos vão entender e todos vão ser fontes para novas pauta. Então, na redação integrada, a gente está produzindo para a TV e que no portal só vai entrar daqui a uma hora, então, acho que a gente teria de ter. Acho que é mais essa troca de informação entre todos os veículos.

O lugar de fala exprime uma atitude refratária e de distanciamento. O pronome demonstrativo “aquele” e o pronome adjetivo “tal” são usados para desqualificar a experiência que existe hoje no grupo de mídia: “(...) acho que nós não temos, principalmente no esporte, aquele núcleo esportivo e tal”. O discurso, como na fala do “Jornalista recém-formado”, mostra que não há diálogo entre os membros do NIE e falta “troca de informação entre todos os veículos”:

Acho que não está integrado, para começar teria que estar todo mundo junto, fisicamente. E a gente não está. Claro que existem as pessoas que coordenam, os cabeças, que ficam ali, distribuindo todas as funções, mas acho que ainda está muito disperso. Primeiro tem de estar fisicamente junto, para poder funcionar.

O profissional, que trabalha na redação da TV, não considera que o NIE está integrado. Para isso, aponta, como na voz anterior, a questão do ambiente físico como uma das justificativas: “(...) para começar teria que estar todo mundo junto, fisicamente. E a gente não está”. Mais adiante, o jornalista registra que há coordenação do processo de sinergia entre os veículos, mas que ainda não estaria funcionando. Na literatura sobre convergência jornalística, predomina a visão de que integração de redações significa “combinar as atividades de redações de meios impressos e online numa **única** unidade de trabalho” (grifo nosso), como é o caso dos trabalhos do *World Editors Forum- WEF* e da consultoria *Innovation Media Consulting Group*. Já Kanter, apud Meyer (2004), sugere que o site de um jornal pode integrar suas atividades às da redação tradicional sem estar, necessariamente, dentro dessa redação ou sob sua cultura. Ela considera que integração é um modelo muito positivo, e que não deve significar, apenas, propriedade ou controle, mas saber “como” conectar e coordenar atividades. Um colega de Kanter, o pesquisador Clark Gilbert (2001), da *Harvard Business School*, realizou um estudo sobre os cem maiores jornais (em circulação) e suas operações na web e constatou que sites separados da redação tinham o dobro de inovação e uma penetração no mercado muito maior (apud MEYER, 2004, p. 231).

Para a “Jornalista crítica”, ao contrário do que seus pares falaram anteriormente, há diálogo no grupo de esportes:

Eu acho que a do GE até consegue fazer mais ou menos isso, de conversar entre si, de a gente saber o que cada um está produzindo. Então a minha noção é essa: da gente conseguir, mesmo que não dê sempre. Até a gente tentou fazer uma tabela, Larissa veio com essa ideia, mas estou tentando recuperar, que é saber o que está se passando, até para a gente não fazer a mesma matéria, também não deixar passar, que às vezes tem tanta coisa acontecendo, e não é nem de levar furo, é de continuar seguindo alguma história. São muitas cabeças que, sabe, cada um, um pouco de cada coisa, e a gente vai tocando experiências, então eu acho a ideia de redação integrada muito legal.

A narrativa apresenta elementos balizadores do processo atual das novas dinâmicas de rotina produtiva no NIE: “(...) até consegue fazer mais ou menos isso. (...) então minha noção é essa, da gente conseguir, mesmo que não seja sempre”. O componente dialógico, que aparece como ausente para as vozes anteriores, aqui estaria se realizando na prática. Observamos, porém,

que a jornalista está se referindo apenas ao GE, não às demais redações, do impresso e da TV, para ela, o Núcleo Integrado Esportivo se resumiria à equipe do portal *Globoesporte.com/pb*, cujos integrantes, em sua maioria, ocupam o mesmo espaço físico na redação.

Outro profissional ouvido traz um componente interessante para as reflexões sobre redação integrada, a questão tecnológica. Para o “Jornalista esportivo”, a redação em processo de sinergia é aquela onde as mesmas pessoas produzem matérias para diferentes meios e usando diferentes tecnologias:

A integração também passa pela questão do equipamento. Você hoje não precisa ter um cinegrafista, por mais que o cinegrafista seja importante, mas ele não é essencial em todas as ocasiões. Não pode apenas ir ao ar na TV só o que é produzido por cinegrafista, imagens profissionais e tal. Às vezes, um celular tem um grande furo; mesmo que a qualidade não seja 100%, você pode colocar lá, “imagens de celular”; ainda que perca em qualidade, o fato jornalístico é mais importante. A redação integrada é uma redação que pessoas e máquinas estejam integradas a serviço de todos. Você não precisa ter um equipamento exclusivo para a TV, um equipamento exclusivo para o portal, o celular. A câmera que você usa, que filma também (...) às vezes tem uma briga no estádio e essa cena pode muito bem ir para a TV (...). Isso ainda a gente vê muita resistência.

Para o jornalista, não se deve priorizar apenas a questão técnica, mas a relevância do fato. Desse modo, da mesma forma que hoje são utilizadas, no online e impresso, fotos feitas por repórteres e não apenas por repórteres fotográficos, deveriam aceitar também na TV imagens em vídeo que não fossem profissionais, valorizando o trabalho amador. Ou seja, “se a redação integrada é uma redação que pessoas e máquinas estejam integradas a serviço de todos”, conforme a voz, um repórter do portal poderia fazer uma entrevista/reportagem/ utilizando o telefone celular para a TV. Mas isso não ocorre, na prática:

A TV é mais resistente, principalmente em relação a essa questão de equipamentos. A TV ainda tem uma ideia de que o *off* precisa ser bonitinho, tem que ser uma pessoa no estúdio com a voz solene, a imagem tem que ser plasticamente perfeita, quando, às vezes, o som ambiente, a descrição do repórter é suficiente. Eu gosto muito da vídeo-reportagem. Já tentei convencer Expedito algumas vezes, a gente tentar colocar mais vídeo-reportagem, não só no portal, mas principalmente para a TV. A gente até faz vídeo-reportagem, mas com o repórter da TV. Acho que isso por resistência da cúpula da TV, que vê a TV como algo mais formatado, mais formal.

Aqui, o “Jornalista esportivo” nos apresenta alguns elementos de cultura profissional da plataforma TV, no caso específico da Rede Globo, que dificultam a função polivalente e multiplataforma no NIE, em relação à emissora. “A TV ainda tem uma ideia de que o *off* precisa ser bonitinho, tem que ser uma pessoa no estúdio com a voz solene, a imagem tem que ser

plasticamente perfeita”. Para o jornalista, o “padrão de qualidade” da Globo, no caso as afiliadas TV Cabo Branco e TV Paraíba, não permitem que imagens de menor qualidade, produzidas com equipamento que não seja profissional e por repórteres do online ou impresso, sejam veiculadas. “A gente até faz vídeo-reportagem, mas com o repórter da TV. Acho que isso por resistência da cúpula da TV, que vê a TV como algo mais formatado, mais formal”.

Outro profissional (Jornalista editor) acredita que, futuramente, mais exemplos de redação integrada irão existir, porque esse fenômeno ainda não estaria totalmente disseminado por se tratar de um “produto” novo, em sua concepção:

É como eu falei antes, eu acho que é muito do futuro, no futuro vamos ter mais exemplos dessa natureza, mas ainda é um produto novo. Você ainda tá meio que testando para ver qual é a fórmula mais azeitada da história. Então, eu acho muito bom a redação integrada, até porque, é aquele negócio: (...) se não servisse para mais nada, você economizaria, ou você dispensaria seus tentáculos para coisas diferentes. Então, se eu tenho nove pessoas no meu grupo, eu não vou precisar escalar três para um determinado evento. Eu vou escalar uma; as outras duas, ou eu dou folga, ou vou fazer outra coisa, vai ficar na redação, ou vai apurar outra notícia. Então, eu tô ganhando, eu tô ganhando fôlego pra diversificar minhas coberturas. Só por aí já vale!

O discurso revela um pouco do que os relatos acadêmicos – e mesmo corporativos – já pontuaram sobre a busca de um modelo de redação integrada que funcione. “Você ainda tá meio que testando para ver qual é a fórmula mais azeitada da história”. Em Meyer (2004, p. 230), temos que ainda não está muito claro de que forma as operações online podem ser mais bem integradas às versões impressas do jornal, ou mesmo se devem ser integradas. Na voz do jornalista, só o fato de ver mais gente fazendo diferentes atividades para várias plataformas já compensa a integração de equipes. “Então, eu acho muito bom a redação integrada, até porque, é aquele negócio: (...) se não servisse para mais nada, você economizaria, ou você dispensaria seus tentáculos para coisas diferentes”. O lugar de fala é de chefe, imbuído da ideologia da empresa: “Então, eu tô ganhando, eu tô ganhando fôlego pra diversificar minhas coberturas. Só por aí já vale!”.

Retomando a narrativa, percebemos que, por desconhecer outros modelos de convergência, o “Jornalista editor” considera a existência de um coordenador de dinâmicas integradas entre veículos como sendo algo particular do NIE, quando na verdade, esse tipo de função é adotado por vários grupos de mídia.

Agora, é assim, no nosso caso, eu vou falar do nosso caso, acho que tem exemplos Brasil afora mais, melhores resolvidos. No nosso caso, ele ainda necessita de ter uma pessoa centralizando, você precisa ter aquela pessoa ali para receber toda a demanda, decidir rapidamente, como vai, aonde vai, o que é que você precisa tirar de determinada, extrair de determinada matéria pra o portal, pra o jornal, pra TV. Saber que eu não posso deixar o meu público da TV carente de uma informação nova simplesmente porque essa informação já havia sido divulgada numa outra mídia. Então, você precisa ter essa pessoa, ainda aqui sabe, e essa pessoa por uma questão de facilidade e de comodidade pelas funções que eu já desempenhava, é, ficou mais fácil pra mim, porque eu já fazia isso, entendeu? Então, eu não sei se, de repente, tivéssemos um editor no jornal, um no portal, outro na TV, pensando de formas diferentes, eu não sei até que ponto isso daria certo.

No discurso, o jornalista valoriza a figura do coordenador do NIE – função ora desempenhada por ele – como elo entre veículos convergentes. “Você precisa ter aquela pessoa ali para receber toda demanda, decidir rapidamente, como vai, aonde vai, o que é que você precisa tirar (...) de determinada matéria pra o portal, pra o jornal, pra TV”. Mais adiante, o “Jornalista editor” destaca um ponto essencial para a cultura de convergência, a forma de pensar. “Então, eu não sei se, de repente, tivéssemos um editor no jornal, um no portal, outro na TV, pensando de formas diferentes, eu não sei até que ponto isso daria certo”. Na narrativa em análise, temos também que o “modelo ideal de integração” seria o adotado pelo jornal *Folha de S. Paulo*, por conseguir veicular produtos no online e impresso sem comprometer a individualidade e especificidade de cada veículo.

Eu acho que o melhor exemplo de integração que eu vejo é o da Folha. Você pega... Hoje você vai ter Corinthians e São Lourenço, pela Libertadores. A matéria que vai sair na Folha Online é a matéria do jogo. “Corinthians venceu agora há pouco o São Lourenço por 1 a 0. O gol foi marcado por num sei quem, depois o time argentino deu pressão”. A matéria que vai sair amanhã no jornal, é completamente diferente. A apuração pode ser a mesma, mas toda a concepção dela é diferente. Então ela vai... “Corinthians vence São Lourenço, jogando na bola aérea”. Então a matéria dele vai toda discorrer... “O Corinthians levantou 15 bolas na área. Dessas 15, oito pelo lado direito, sete pelo lado esquerdo. Das 15, nove foram para Fulano de Tal que acabou fazendo o gol nessa jogada, aos 30 minutos do segundo tempo... Então, ele tá te dando números, e a Folha adora essa história de números, né? Ela tá te dando um outro universo de matérias.

No discurso, o “Jornalista editor” mostra que acompanha os produtos da *Folha de S. Paulo*, tanto na plataforma papel quando online, e percebe que o veículo tenta desenvolver um processo de convergência jornalística que não afete a qualidade do conteúdo: “A matéria que vai sair amanhã no jornal, é completamente diferente”. Na fala, também identificamos a colaboração como elemento de sinergia entre as redações, quando ele trata do processo de apuração: “A

apuração pode ser a mesma, mas toda a concepção dela é diferente”. Como ele não tem certeza de como é a rotina produtiva na Folha, adota o condicional: “(...) pode até ser”. O profissional também faz um comparativo com a realidade do NIE:

Então, pronto, eles já estão acima desse patamar que hoje nós estamos. Eles conseguem dar produtos bem diferentes para as duas mídias com redação integrada. Então, é muito bom, eu acho, sim, que esse é o exemplo a ser seguido sabe, lá na frente, porque a gente hoje ainda não consegue fazer isso. A matéria do jornal é a matéria do portal. Ou é a matéria que vai estar em todos, sabe ainda aquela matéria “O Corinthians venceu com gol...” Quando amanhecer o dia, essa matéria vai estar, teoricamente, velha, mas aí vêm outros fatores: espaço, tempo, o gargalo de fechamento do jornal. É uma série de dificultadores, que acabam nos impedindo de ainda ter essa diferenciação, mas esse é o futuro. Esse é o futuro. É você levar uma pessoa, duas... conseguir fazer produtos diferentes

No plano ideal, a convergência jornalística é perfeita, no entanto, quando se consideram os elementos “dificultadores”, como *deadline*, espaço editorial disponível, diferença de horários de fechamento entre as plataformas e equipe reduzida, é preciso cair na realidade das matérias pausterizadas e da clonagem de conteúdo. “A matéria do jornal é a matéria do portal”. Para o profissional, a redação integrada é o futuro, mas com as condições que o NIE dispõe hoje e os problemas daí decorrentes, fica difícil “ter diferenciação” nas matérias. Relembrando Micó, Masip e Barbosa (2009), “a convergência comporta a homogeneização dos discursos e a consequente perda de pluralismo”.

Outra voz (“Jornalista online”) percebe a redação integrada como parte – e não única etapa – do processo de sinergia.

Redação integrada eu percebo como sendo meio que uma modalidade da convergência jornalística. O jornalismo integrado, o trabalho de redação integrada, é quando essas várias modalidades de jornalismo, online, impresso, radiofônico, televisivo, conseguem trabalhar em parceria. E em parceria eu penso não significa necessariamente todos trabalharem exatamente juntos, todos fazerem exatamente as mesmas coisas, mas principalmente numa empresa que tenha todas essas mídias é que elas trabalhem conectadas; uma sempre sabendo o que a outra tá fazendo e sugando pra si o que acha que é mais importante. E quando determinada mídia dessas não tem alguma coisa, percebe que a outra tem pode ir lá buscar, assim como percebe que a outra não tem pode ir lá fornecer o que te. É como se fossem parceiros que vão se ajudar sempre que perceber que o outro está precisando.

Tal pensamento está alinhado com o modelo de “convergência dinâmica” (Dailey, Demo e Spillman, 2005) que identifica a convergência como um processo linear e contínuo, no qual a integração seria a última etapa. A palavra-chave do discurso é “parceria”. No enunciado do

jornalista, a redação integrada não implicaria em que todos os profissionais estivessem no mesmo ambiente ou mesmo que todos fossem adeptos da polivalência, mas que houvesse uma boa comunicação e aproveitamento do conteúdo produzido para cada plataforma. “(...) mas principalmente numa empresa que tenha todas essas mídias é que elas trabalhem conectadas; uma sempre sabendo o que a outra tá fazendo e sugando pra si o que acha que é mais importante”.

Para a formulação dessa malha de vozes dos jornalistas, também procuramos ouvi-los sobre a relação entre convergência jornalística e cultura profissional, principalmente na perspectiva da criação do Núcleo Integrado Esportivo.

Muda nessa questão do que se espera de você. Antes se o repórter chegasse com um bom texto era suficiente, acho que as expectativas são maiores, o bom texto não é suficiente mais. Se você tem um bom texto e não sabe mais bater uma foto, as pessoas vão ficar decepcionadas.

Na voz acima, o “Jornalista esportivo” reflete sobre as exigências que surgem na empresa sob a lógica da convergência. A responsabilidade aumenta e se exige o perfil multitarefa, em que é preciso fazer de tudo um pouco: “Muda nessa questão do que se espera de você. (...) as expectativas são maiores”. Outra voz (“Jornalista online”) registra mudanças na rotina produtiva do NIE, principalmente em relação à convergência com a TV. Em relação ao impresso, ele não percebe modificações, visto que predomina a “clonagem de conteúdos”, com poucas alterações no texto – quando ocorrem – feitas pelo próprio editor do caderno:

Então até aí não há qualquer problema, quando a gente vai produzir também para a TV, aí a gente precisou conversar, simplesmente, com quem já tinha experiência anteriormente. Por exemplo, eu quando precisei fazer material para a TV pela primeira vez, não me foi passada qualquer instrução, como é que eu vou lidar com câmera, com microfone, nada. Eu simplesmente fui pro evento. Só que, nesse primeiro momento, foi alguém que já tinha experiência anterior à minha, já tinha alguma carga acumulada e, no momento de fazer, me orientou. Depois de feito, apontou erros e tudo o mais. Então assim, com um pouquinho de prática e tudo o mais que você já faz aquilo, você já pega a coisa. Eu acho que só pra todo mundo que só fazia online, precisar fazer também pra TV foi um aprendizado legal. E a gente teve muito atropelo sobre como fazer isso, como fazer a coisa se integrar, porque às vezes a gente se perdia sobre se tinha que produzir pra TV, ou se tinha que correr e pegar uma pauta para a web, por exemplo, mas à medida que a gente foi tentando, insistindo e fazendo, a coisa foi melhorando e eu acho que, se continuar andando como vem andando, talvez daqui a três anos a gente esteja fazendo isso muito bem. Assim como a gente (...) tem três anos tentando aprender a fazer isso, daqui a três talvez a gente já tenha aprendido tudo o que precisava aprender.

O jornalista da voz acima tem uma trajetória profissional toda relacionada ao online, onde começou como estagiário, mas, em dado momento, precisa produzir para a TV, uma plataforma que se configura para ele como um mundo desconhecido. “Por exemplo, eu quando precisei fazer material para a TV pela primeira vez, não me foi passada qualquer instrução, como é que eu vou lidar com câmera, com microfone, nada”. A narrativa nos apresenta a um momento de aprendizado após a exigência da atividade polivalente: “Eu simplesmente fui pro evento. (...) Depois de feito, apontou erros e tudo o mais. (...) foi um aprendizado legal”.

Do ponto de vista da aquisição de novas competências e assimilação de diferentes códigos e ritos, a adaptação a um novo meio e a integração de diferentes veículos é também um processo pedagógico, mas não livre de dificuldades: “E a gente teve muito atropelo sobre como fazer isso, como fazer a coisa se integrar, porque às vezes a gente se perdia sobre se tinha que produzir pra TV, ou se tinha que correr e pegar uma pauta para a web”. Para o jornalista, o processo é lento e demora a se consolidar. Outras mudanças surgidas a partir da integração física da equipe, quando profissionais que cobriam a editoria de esportes para online e impresso passaram ocupar o mesmo espaço físico, foram apontadas pelo profissional:

Quando o jornal impresso e o *Globoesporte.com* eram separados, funcionavam completamente separados: o estagiário do *Jornal da Paraíba*, por exemplo, trabalhava na redação do jornal, nós do *Globoesporte.com* na nossa, e o pessoal da TV na deles. A partir do momento que o estagiário do *Jornal da Paraíba* veio trabalhar na mesma redação, nós não conseguíamos perceber ele como sendo de outra equipe. Éramos uma equipe só e tínhamos mais uma equipe parceira que era na TV. Então eu acho que você unir num mesmo ambiente de trabalho, num mesmo ambiente mesmo, na mesma redação, no mesmo quadrado ali, faz com que todos passem a pensar muito sintonizados.

Na narrativa, identificamos o momento em que se tornou perceptível para o “Jornalista online” o processo de integração: o estagiário do jornal, que antes trabalhava no ambiente físico do impresso, passa a ser considerado como “da equipe” porque agora dividia o mesmo espaço com a redação online: “Éramos uma equipe só e tínhamos mais uma equipe parceira que era a TV”. Nesse trecho da fala, a TV não é “equipe”, mas apenas parceira. Para esse profissional, a divisão entre uma e outra situação está justamente na questão da estrutura física, o que fica claro quando ele destaca “na mesma redação, no mesmo quadrado”. Do mesmo modo, ele evidencia as diferenças com a TV:

Como hoje em dia nós do *Globoesporte.com* trabalhamos em redação separada do pessoal que faz esporte para a TV, há muita divergência ainda de pensamento, de como fazer as coisas; opiniões mesmo sobre como se faz jornalismo esportivo. E aí, quando você junta membros dessas duas equipes pra cobrir o mesmo evento, invariavelmente vai acontecer divergência de opiniões, de preferências, de prioridades. E essa divergência de pensamento me parece ser o problema mais gritante. É bem possível que, quando a equipe que está cobrindo o evento é metade da TV e metade do online, o online prefira fazer determinada coisa de determinado jeito enquanto o pessoal da TV vai pensar de outro. E isso vai causar um pequeno atrito, não atrito de briga, de discussão e tudo o mais, mas o trabalho não vai sair tão bem feito quanto sairia se todas as partes pensassem exatamente do mesmo jeito. E para pensar exatamente do mesmo jeito eu acho que facilitaria muito trabalhar junto mesmo, na mesma redação. Assim como, como o jornal impresso foi trabalhar, facilitou muito. E assim, como a rádio não está exatamente nesse processo, eles funcionam simplesmente como alguém que é da casa e que a gente pode recorrer se precisar. Assim como eles, a gente. Se a gente está fazendo uma cobertura e o pessoal do rádio está lá, a gente vai recorrer a eles e eles vão recorrer à gente, mas o trabalho não segue de mãos dadas, como TV e online, por exemplo, estão conseguindo.

Pelo enunciado, o “Jornalista online” acredita que a separação física abre espaço para diferenças na cultura profissional, o que fica evidenciado na escolha dos termos para descrever a situação: “(...) há muita divergência ainda de pensamento, de como fazer as coisas; opiniões mesmo sobre como se faz jornalismo esportivo. (...) invariavelmente vai acontecer divergência de opiniões, de preferências, de prioridades”. Apesar disso, compreendemos que o jornalista considera que a rotina produtiva que envolve TV-impresso-online se dá de forma convergente e possui mais avanços do que o relacionamento com a rádio *CBN João Pessoa*, que não faz parte da proposta do Núcleo Integrado Esportivo. Outro profissional (“Jornalista crítica”) considera que houve mudanças a partir da implementação do NIE e avalia que as novas dinâmicas já estão naturalizadas:

Muda, mas talvez já esteja natural e você já vai no automático. Apurou tal coisa, então fala para a TV. A gente já sabe o que tem na TV, quando não sabe, tem discussão. Regra: saber o que está acontecendo. A sorte é que (o coordenador do NIE) é a pessoa central, então é como se ele fosse o nosso sol e a gente fica girando ao redor dele. Então, dá certo, porque tem (o coordenador do NIE). Pelo núcleo em si não daria certo se não tivesse ele ali não. A gente já está no automático, mas nos outros veículos eu não vejo isso. Eles não fazem ideia do que se passa nos outros veículos, a gente sabe, embora eu não saiba o funcionamento exatamente da TV Cabo Branco. (editor do GE) consegue integrar a equipe. Não acho que seja do projeto. Quando alguém novo chega, ele vai aprendendo aos poucos. Essa cultura de integração existe, mas não acho que dá para chamar de convergência. Eu entendo convergência diferente de integração. Estamos juntos, fazemos juntos, sabemos juntos, produzimos juntos, mas o conteúdo é igual, só que em plataformas diferentes. Minha ideia é de convergência é que sejam complementares, não diferentes.

Para a “Jornalista crítica”, a definição de algumas normas ajudou nesse processo e agora algumas práticas já são corriqueiras: “(...) e você já vai no automático”. Dentre as normatizações, “saber o que está acontecendo” nos outros veículos é regra. No discurso, percebe-se a importância do coordenador do NIE como fator de coesão e coordenação: “(...) então é como se ele fosse o nosso sol e a gente fica girando ao redor dele. A “Jornalista crítica” também valoriza o papel do editor do GE, que “consegue integrar a equipe”. Sobre a cultura de integração, a voz relativiza: “Essa cultura de integração existe, mas não acho que dá para chamar de convergência”. Pela narrativa, podemos entender que o grupo é integrado, coeso, uma equipe de fato, mas ainda carece de mentalidade de convergência, notadamente em relação à produção de conteúdos diferenciados para as diversas mídias: “Estamos juntos, fazemos juntos, sabemos juntos, produzimos juntos, mas o conteúdo é igual, só que em plataformas diferentes”.

Outro profissional (“Jornalista recém-formado”) entra nessa etapa da malha de vozes e aponta que houve evolução no relacionamento entre as equipes das diferentes redações:

O relacionamento fica mais saudável porque a gente está tendo aquele contato ali, um contato mais frequente. Às vezes sugere pautas, senta pra conversar, trocar ideias. Acho que acontece mais essa troca de ideias da TV para o portal do que do portal para a TV. Acho que é raro o caso de quando alguém do portal chega e sugere algo para a TV.

Apesar do diálogo constante (um contato mais frequente) e da relação mais aberta (o relacionamento fica mais saudável) ainda há arestas a serem aparadas entre as equipes da TV e do portal: “Acho que é raro o caso de quando alguém do portal chega e sugere algo para a TV”. Essa mesma situação de fragilidade na cultura de convergência foi percebida pelo “Jornalista esportivo”: “O projeto, nós sabemos que nós estamos num núcleo, mas nem todo mundo na empresa sabe que existe esse núcleo”.

Para justificar essa assertiva, o profissional fornece o exemplo de uma situação que considera vexatória: uma informação foi passada pelo NIE à TV e a emissora não divulgou a informação porque não confiou na apuração:

Tipo assim “não é um dos nossos que está dando a informação, então não vou bancar”. Falta a empresa trabalhar mais nos outros profissionais: “As pessoas desse núcleo estão a serviço dos três veículos”. Nós temos muito mais essa percepção do que as pessoas de outros veículos. A gente tem muita facilidade no Globo Esporte, mas não nos outros telejornais. Se a TV não confia na informação que o editor passa, então troca o editor, né? Se o editor traz uma informação séria, então o editor tem que ser minimamente levado em consideração. Não deram a informação e mantiveram o VT do jogo (com informação errada) e precisaram corrigir no dia seguinte. A integração funcionou no

portal e na internet e a TV foi dar no outro dia só, quando todo mundo já falava, quando todo mundo já dizia. Por uma questão de velocidade, a TV teve a faca e o queijo na mão, seria a primeira a dar porque faltava só dez minutos para o jornal...

O silêncio no final da fala é mais revelador que o relato sobre a situação problemática, pois implica em ressentimento e evidencia ranhuras no alicerce da integração. Parte da TV não percebe o NIE como sendo o tríduo jornal-online-televisão, e o “Jornalista esportivo” aponta isso como sendo falha na comunicação interna do grupo de mídia: “Falta a empresa trabalhar mais nos outros profissionais: ‘As pessoas desse núcleo estão a serviço dos três veículos’”. A ausência de alinhamento aos meandros da convergência, observa-se, parte de outros programas da TV, não do Globo Esporte (A gente tem muita facilidade no Globo Esporte, mas não nos outros telejornais) e pressupõe descrédito (Se a TV não confia na informação que o editor passa, então troca o editor, né?).

Com a fissura exposta, decidimos ir mais adiante. Se a TV trabalha com a cultura, com os códigos e regras da Rede Globo e se eles só vão confiar em uma informação checada e apurada por alguém da TV, então eles ainda não estão dentro da cultura de integração. Seria isso?

Eles ainda não sabem que nós somos eles. Isso é curioso. Eles ainda vêm como uma pessoa do portal, quando eu sou eles também. Até porque como o *Globoesporte.com* é um produto do Globo Esporte nacional, até na carteira de trabalho a gente é *TV Cabo Branco*, muito mais *TV Cabo Branco* do que *Jornal da Paraíba* no estrito direito, dever da coisa e tal. Eles ainda não vêm a gente como parte do processo de apuração. Eles têm mais resistência mesmo. Eles vêm a gente muito mais como mão de obra. Quando o jogo tá rolando, não tem repórter, então vamos fazer sonora. É mais como ferramenta do que como algo pensante. Não estou dizendo que isso é a visão coletiva da TV (*ocorre com alguns editores*). Eu não imagino que isso seja uma determinação de cima para baixo: “Não pode...”. Basta dizer que no início a gente tinha de pedir autorização para usar o carro da TV. Não houve preparação maior dos outros. A empresa como instituição pecou por não preparar melhor ... Faltou percepção de que não basta a gente saber que nós somos um núcleo; teve muita gente que disse “Vocês têm de entender que vocês são um núcleo”, mas este núcleo tem de funcionar a partir de que as outras pessoas nos vejam como parte integrante deles.

O relato aponta para uma fratura na busca pela cultura de integração: “Eles ainda não sabem que nós somos eles. (...)Eles ainda vêm como uma pessoa do portal, quando eu sou eles também”. O jornalista reforça que o portal é um produto do Globo Esporte nacional, portanto leva a assinatura da Rede Globo, e que os próprios profissionais do GE são, na verdade, contratados pela TV. A narrativa evidencia que a convergência jornalística é vista como ferramenta, não como uma prática cultural: “Eles ainda não vêm a gente como parte do processo

de apuração. Eles têm mais resistência mesmo. Eles vêm a gente muito mais como mão de obra. Quando o jogo tá rolando, não tem repórter, então vamos fazer sonora. É mais como ferramenta do que como algo pensante”. No discurso, um elemento surge como simbologia das novas práticas pós-integração: o uso do carro da TV. “Basta dizer que no início a gente tinha de pedir autorização para usar o carro da TV”.

O lugar de fala é de um profissional que quer ser percebido como parte do processo, não uma peça externa, e que encontra na relação portal-TV um ponto a ser trabalhado para o aperfeiçoamento da sinergia entre veículos:

É muito comum dizer assim: “Vá ver lá com o pessoal do portal”, o pessoal da TV fala. Então algumas pessoas não têm a percepção de que não é o pessoal do portal; é o pessoal do esporte que é também da TV Cabo Branco. Então quando um editor chega lá e diz a informação é essa, eles têm que entender que nós somos parte do processo, que eles não precisam designar um produtor deles, para repetir a apuração, para confirmar o que a gente está dizendo. Porque também se eles querem fazer isso, é melhor trocar as peças do núcleo, pegar pessoas que todos confiem, do que ter esse trabalho duplo. É justamente esse trabalho duplo que o núcleo tenta evitar. E aí volto a dizer aquele negócio é a mesma coisa do repórter de antigamente que tem resistência em mudar, eu percebo que tem essa resistência; “Pô até ontem eu não podia confiar em ninguém que não fosse dessa redação”, de repente chega alguém da redação do lado e quer passar uma informação?

Para o “Jornalista esportivo”, a TV é como o profissional da geração analógica que resiste às inovações: “(...) é a mesma coisa do repórter de antigamente que tem resistência em mudar, eu percebo que tem essa resistência”. E ele justifica o comportamento dos colegas com base na cultura adquirida ao longo do tempo: “Pô até ontem eu não podia confiar em ninguém que não fosse dessa redação”. Em Barreto (2013, p. 55), temos que as emissoras afiliadas à Globo também se utilizam das regras, normas e cultura jornalística da própria Globo. Essas culturas, segundo a autora, englobam o seu modo de ser e de fazer jornalismo com as injunções de suas políticas e filosofia para o jornalismo. Daí porque se torna compreensível a dificuldade que os profissionais da *TV Cabo Branco*, afiliada da Globo na Paraíba, têm em se alinhar a um novo código de práticas culturais:

É questão de resistência, não é por maldade. É uma resistência natural: “Eu fiz a vida toda desse jeito. Não posso fazer diferente”. Isso tem que ser melhor colocado na cabeça das pessoas, que esse núcleo é também *TV Cabo Branco*, esse núcleo é também o jornal, esse núcleo é também o portal. Não é o pessoal do portal, o pessoal da TV, o pessoal do jornal, é o pessoal do esporte.

A cultura jornalística é um conjunto de concepções e elementos que referenciam os processos de produção do jornalismo em cada mídia, como se fosse uma espécie de *espírito* ou *ethos* jornalístico, de tal modo a construir um jeito próprio de produzir em cada mídia. (BARRETO, 2013, p. 55). Como uma prática cultural, as vozes dos jornalistas revelam conhecimentos jornalísticos, o saber-fazer. No caso relatado pelo “Jornalista esportivo”, a resistência às transformações nas dinâmicas produtivas, a partir da criação do Núcleo Integrado Esportivo, está diretamente relacionada a esse processo cultural. Retomando Vizeu (2008), a cultura profissional inclui códigos, rituais e convenções, mas também restrições relacionadas à organização do trabalho. Por isso, a voz enuncia o que deve passar pela mente de um profissional da TV envolto em uma nova realidade: “Eu fiz a vida toda desse jeito. Não posso fazer diferente”.

Outra voz (“Jornalista editor”) explica que a mudança cultural para o processo de convergência começou ainda quando estava sendo formada a equipe do portal esportivo. A prioridade eram profissionais novos no mercado, com “DNA da geração digital” e que não tivessem vícios de cultura jornalística.

(...) houve até uma mudança de entendimento. E é como eu te falei, quando nós fomos montar a equipe do *Globoesporte.com*, do esporte, mas que houve essa entrada de novos nomes por conta do surgimento do *Globoesporte.com*, a gente queria gente nova, gente que, sabe, se propusesse a dar uma coisa diferente, acabar com alguns vícios de... “Ah, não vamos cobrir isso à noite, não. Porque ninguém vai cobrir por que a gente vai?” Então a gente começou a cobrir. Começou a fazer coisas diferentes, então, muda claro, muda tudo, né? Muda horários... A gente, enfim, recebe e-mails, restrições do RH: “(...) Mudou o horário?” Mas é porque tem um jogo à noite... “Mas não pode mudar, tem que fazer diferente...”. Isso é um novo embate administrativo, para você poder convencer de que aquilo ali é normal. A lei não foi feita para esse tipo de cobertura, a lei não permite que você trabalhe de manhã e de noite, a lei não permite que você não faça um intervalo, então a gente vai tentando adequar ao que é certo, mas ao mesmo tempo a gente vai tentando mudar um pouquinho a cultura da empresa. Por que antes, antes não era permitido você pegar carona no carro da TV. Quando eu entrei não podia, e isso foi ... “Tá, tudo bem, vai pagar um táxi todo dia? Vai contratar outro motorista, vai botar outro carro?” Então, aos poucos vai...

A partir de um campo semântico, a narrativa aponta percursos para a construção de novas práticas profissionais: “mudança de entendimento”, “gente nova”, “dar uma coisa diferente”, “acabar com (...) vícios”. O discurso também retoma o emblemático caso do uso do carro da TV, como exemplo de mudança de paradigma: “(...) mas ao mesmo tempo a gente vai tentando mudar um pouquinho a cultura da empresa. Por que antes, antes não era permitido você pegar carona no carro da TV. Quando eu entrei não podia (...). Então, aos poucos vai...”.

Sabemos que o *habitus* não é uma estrutura pronta e acabada, pois implica em um processo construtivo aberto a ajustes e inovações. Envolve interiorização de valores e códigos ao longo de toda uma trajetória e também em função da cultura em que os agentes estão inseridos. É uma espécie de *modus operandi* onde os indivíduos baseiam suas percepções, apreciações e ações. E isso é perceptível na mudança de cultura ocorrida na Rede Paraíba de Comunicação, tendo a liberação do uso do carro da TV por profissionais de outros veículos como símbolo:

(...) eu sinto também que essa semente que foi plantada no esporte, ela também, essa permissão que foi dada ao esporte, ela também acaba que atinge outras situações. “Ah, mas se o esporte pode ir no carro da TV, por que não pode dar uma carona para o menino do jornal, que também está lá?” E acho que isso ainda poderia ser um pouco mais aflorado. Mas já é uma semente. Já não existe mais essa restrição, de não poder ir. E assim, aos poucos a gente vai conseguindo outras coisas. Por que só o fotógrafo que tem de fotografar? Por que só o cinegrafista que tem de produzir uma imagem? Então, isso foi sendo conquistado. Essa mudança, de mentalidade, de cultura foi sendo conquistada por conta disso. É como eu estava te falando, eu acho que isso vai ser muito utilizado daqui pra frente em todo o grupo, em todas as redações, não é só nessa não.

Como hábito é uma qualidade adquirida (LAUAND, 2000), aos poucos vira resposta automática a situações semelhantes, como na permissão dada ao esporte para usar o carro da TV, segundo o “Jornalista editor”: “Ah, mas se o esporte pode ir no carro da TV, por que não pode dar uma carona para o menino do jornal (...)?”. A partir daí, novas conquistas são percebidas: “Por que só o fotógrafo que tem de fotografar? Por que só o cinegrafista que tem de produzir uma imagem? Então, isso foi sendo conquistado. Essa mudança, de mentalidade, de cultura foi sendo conquistada por conta disso”.

Para prosseguir nas análises sobre cultura profissional, indagamos também aos entrevistados sobre orientações e regras que são repassadas à equipe. O “Jornalista recém-formado” pontuou alguns momentos de aprendizado na redação, ocorridos enquanto desempenhava suas funções como estagiário da TV:

Eles me deram muitas dicas, não me deram uma cartilha, mas me deram dicas de como fazer, a maneira ideal. Quando eu errava, a chefia de produção me chamava e dizia olha isso não está correto, o correto era assim. No portal também, no começo eu me confundia muito com o *lead*; às vezes o *lead* que era para estar no primeiro parágrafo, eu colocava no meio da matéria. Quando eu comecei a fazer matéria para o portal, ainda não tinha visto na faculdade.

No momento da socialização, entendido aqui como o processo pelo qual se transmite o conhecimento necessário para adotar determinada posição ou papel

(KUNCZIK, 1998), o profissional recebeu “dicas” sobre o fazer jornalístico e foi, posteriormente, orientado sobre erros que teria cometido – e qual seria a forma correta de fazer: “(...) não me deram uma cartilha, mas me deram dicas de como fazer, a maneira ideal. Quando eu errava, a chefia de produção me chamava e dizia olha isso não está correto, o correto era assim”. O relato remete aos fatores estruturantes da profissão de jornalista, como saberes de narrativa, saberes de conhecimento e saberes de reconhecimento, nos quais os profissionais partilham valores e formas de ver e fazer as coisas (SOUSA, 2006).

Outra voz (“Jornalista mais antigo”) resume as orientações recebidas em formas de escrever para o online e o impresso: “Eu fazia pro jornal e fazia pro site. Pro jornal tem que trabalhar com o ‘ontem’, com o portal ‘nesta sexta’. Agora, acabou isso. Eu mando e quando chegar lá ele (*editor*) que adapta para o jornal; e para o site, sai do jeito que eu mando”. A narrativa evidencia mudanças na orientação inicial dada ao repórter e mostra que as normas foram moldadas ao longo dos três anos de implementação do NIE. Outro profissional (“Jornalista apresentador de TV”) explicou que existem regras de linguagem, para se adequar ao padrão da Rede Globo e *Globoesporte.com*, bem, como em relação aos critérios de noticiabilidade: “Há regras de linguagem, para ter um padrão; todo evento que houver relevância. Não existe orientação geral para isso”.

Uma nova voz (“Jornalista crítica”) explica que os membros do NIE se baseiam também em um manual de jornalismo do *Globoesporte.com*, mas que nada é repassado de maneira impositiva, mas como “recomendações”:

Existe até um manual de jornalismo do GE, que tem algumas regras, mas não é nada impositivo. Tudo o que a gente trabalha é em cima de recomendação. Recomenda-se que faça isso. Da empresa, recomenda-se que quando a gente vá para o jogo, faça sonoras pra TV. Que a gente tire fotos. Chegue no estádio e tire uma foto do estádio para mandar pra TR. Recomenda-se que quando você chegue, a primeira coisa que você faça é mande as escalões. Quem está em campo tem que ter uma relação muito próxima com quem está na redação. Tem gente que pega dois TRs, que eu já vi dois jogos ao mesmo tempo. Tem que fazer assim, tem que fazer assado.

Tecendo sentido com Strelow (2010), percebemos as “recomendações” aos integrantes do NIE como o momento em que os jornalistas partilham valores e forma de ver e operar. Recomendam-se: sonoras para a TV, colaborando para a construção do

jornalista polivalente; envio de escalações para o TR; ter uma boa relação com quem está na redação. A lista de recomendações, subentende-se, deve ser bem extensa: “Tem que fazer assim, tem que fazer assado”. Conforme Strelow, a capacidade de verificar fatos, apurar, fazer perguntas, contatar fontes, o domínio das técnicas de redação jornalística, dentre outras habilidades, estão entre os fatores estruturantes da cultura profissional. É o que fica evidente no discurso do “Jornalista editor”:

(...) temos algumas posições assim muito claras. Uma equipe honesta, que a gente possa confiar acima de qualquer suspeita mesmo, qualquer tipo de envolvimento. Então a gente procura ter essa confiança e dar toda liberdade, a gente pelo menos confia muito na equipe. (...) Então, esse grau de confiança, esse ambiente de trabalho a gente procura passar. É uma equipe nova, é uma equipe jovem e a gente se coloca nessa juventude também. (...) Então, qual é a regra básica? É bem informar, melhor informar, procurar fazer tudo dentro dos conceitos éticos, sem passar por cima de ninguém, sem querer se promover às custas da notícia. Nós promovemos a notícia, não é a notícia que nos promove. Então, (...) eu acho que todos eles entenderam muito bem isso. Não tem uma regra, não tem uma restrição editorial, não tem ah, isso pode, aquilo não pode.

Além das regras práticas que moldam a rotina produtiva do Núcleo Integrado Esportivo, aspectos da deontologia jornalística também são levados em consideração, como ter uma equipe honesta, “acima de qualquer suspeita”. Para isso, há uma norma elementar: “(...) bem informar, melhor informar, procurar fazer tudo dentro dos conceitos éticos (...)”. Tais procedimentos precisam se dar de forma naturalizada, principalmente porque a conduta ética é um princípio que o indivíduo adota mesmo quando não é vigiado ou obrigado por lei. Na visão de Pereira Júnior (2008, p. 42), a definição de ética é “simples, formal, quase neutra (...) porque implica saber que, se obedecemos a um preceito que ninguém nos obriga a obedecer, é porque o preceito já foi incorporado, absorvido como natural em nossos atos cotidianos”.

Ao longo deste capítulo, pudemos observar aspectos da convergência jornalística no Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação, por meio de observação participante, análise de dados, resultantes de pesquisa quantitativa, e narrativas oriundas de entrevista em profundidade. Ainda que não seja nosso foco, no próximo tópico iremos abordar as primeiras observações de redação integrada no *Jornal da Paraíba*, visto que essa experiência segue na esteira do projeto-piloto ora nosso objeto de estudo.

3.4. Aspectos preliminares da ampliação da convergência: a integração no *Jornal da Paraíba*

Em março de 2011, a Superintendência da Rede Paraíba de Comunicação enviou uma equipe, com integrantes do então portal *Paraíba1* e do *Jornal da Paraíba*, para conhecer *in loco* o modelo de redação integrada adotado pelo jornal *A Gazeta* (ES).

Após essa viagem, foi apresentado um relatório aos gestores, mas o tema “redação integrada” não obteve avanços no grupo. Em maio de 2013, após nossa participação no Mejor 2013 - II Colóquio Internacional, realizado em Natal (RN), encaminhamos à direção da empresa um relatório sobre os trabalhos apresentados no evento que tinham relação com convergência jornalística e redação integrada. Nesse documento, apontamos algumas questões que julgamos importantes: a convergência de mídias veio para ficar; Rede Paraíba de Comunicação ainda está muito atrasada nesse processo, mesmo em relação à região Nordeste; é preciso se pensar sobre qual modelo de integração queremos adotar e como isso será feito; integração exige investimentos em capacitação de pessoal, banco de dados, e equipamentos para a equipe; e necessidade de se trabalhar a cultura da integração entre as mídias⁵².

A partir do final de 2013, a convergência jornalística passou a ganhar maior interesse nas discussões do grupo, inclusive com medidas práticas, o que consolidou nossa decisão por este estudo de caso. Em março de 2014, com o lançamento do blog “Alô, Concurseiro”, no portal do *Jornal da Paraíba*, foi contratada uma jornalista para produzir textos sobre o tema para o online e o impresso, inclusive matérias especiais, para serem veiculadas durante o final de semana na versão impressa (o que nos remete à dimensão profissional da convergência jornalística).

Também em julho de 2014, a direção da empresa decidiu, oficialmente, unir as redações do online e do impresso do *Jornal da Paraíba*. Para ajudar nesse processo, foi contratada uma editora de conteúdo online, a qual atua de forma subordinada à editoria-executiva do jornal. A decisão de adotar a redação integrada foi comunicada pelo Superintendente da Rede Paraíba de Comunicação, Guilherme Lima, por e-mail, a todas as gerências (grifos nossos):

O Jornal da Paraíba vai começar **uma experiência** de redação integrada entre impresso e online. O trabalho será coordenado pela editora-executiva, Angélica Lúcio, e a nova editora do portal JP Online, Maria Socorro e Silva, que se integrará definitivamente aos quadros do jornal a partir de julho. A iniciativa segue **tendência** já adotada por diversos grupos de comunicação no Brasil e no exterior. Um exemplo local dessa experiência,

⁵² Relatório completo disponível em <http://migre.me/lzxOW>

realizada de forma mais ampliada, é o núcleo de esportes comandado por Expedito Madruga, que congrega a produção de televisão, internet e impresso, **no qual todos os profissionais nele alocados produzem para os três veículos.**

O processo de integração que ora se inicia será realizado de forma construtiva – tendo o diálogo como base – e com a participação da equipe na formulação desse novo modelo. Para a viabilização do projeto, serão definidas algumas metas de trabalho, dentre as quais: **treinamento da equipe; adoção de novas rotinas de produção; aquisição de equipamentos.**

Já a partir de julho, os plantões de sábado serão utilizados para atualização de conteúdo online. De forma geral, com a implantação do projeto de integração, a prioridade é que os temas factuais, em todos os dias da semana, abasteçam primeiro o portal. O trabalho será realizado de **forma gradativa**, mas a expectativa é que, até outubro, tenhamos resultados práticos⁵³.

Algumas questões que pontuam a experiência de redação integrada no *Jornal da Paraíba* nos remetem a aspectos relatados na literatura acadêmica, como: gradualidade da integração (partindo de um projeto-piloto em uma seção); treinamento interno (dentro de um modelo de integração em que os próprios profissionais da internet treinam os colegas); *web first* (priorização da internet para a veiculação de informações); e formação de uma mentalidade multimídia (de modo que os profissionais sejam capazes de compreender o conceito de produção multiplataforma e possam conceber coberturas nesse modelo) (SEIBTZ, 2014, p. 67).

Oficialmente, o processo de integração no *Jornal da Paraíba* começou na primeira semana de julho. Na segunda-feira, em reunião de planejamento, a editoria-executiva comunicou aos editores setoriais que todos seriam treinados sobre o sistema online, para adquirir capacidade de fazer edições nessa plataforma, inicialmente apenas nos plantões de final de semana. Até então, tanto repórteres quanto editores de plantão no sábado só produziam ou editavam material para o impresso, mesmo assim, apenas se o fato justificasse “abrir a edição de domingo”, que já fora concluída na sexta-feira. Nessa reunião com os editores, ficou acertado que a nova rotina, com edição online, só passaria a valer após o treinamento da equipe.

Até lá, o editor de plantão orientaria o trabalho do repórter do dia e o material produzido seria encaminhado a quem estivesse no plantão da tarde (profissional que já atuava no portal antes do processo de integração e que já dominava bem os conhecimentos). Como a equipe é pequena⁵⁴, em concordância com a Superintendência, ficou definido que não haveria plantões no jornal aos domingos, e que o material da edição deste dia (geralmente com reportagens especiais)

⁵³ Trecho de comunicado enviado pelo superintendente da Rede Paraíba de Comunicação, Guilherme Lima, a todos os gerentes do grupo, no dia 16 de junho de 2014.

⁵⁴ O *Jornal da Paraíba* conta com cerca de 40 profissionais que atuam diretamente na redação.

seria programado para entrar no ar ainda no sábado à tarde. Também ficou acertado que, a exceção para essa regra ocorreria quando houvesse notícias de relevância no Estado. Nesse caso, a editora de conteúdo online seria responsável por produzir a matéria e atualizar o portal a partir de casa (podendo aproveitar material já veiculado pelo *G1 Paraíba*).

Um dia após a implementação do portal, a editoria-executiva recebeu mensagem do chefe de reportagem, oferecendo *feedback* de como estava sendo o processo na redação de João Pessoa:

Hoje já começamos o trabalho de integração em nossa redação. Othacya já começou a mandar um material factual para Socorro. Jaine está com uma pauta fria que combinamos não enviar até o jornal publicá-la. Ao longo da semana, eu acredito que vamos identificar nossos pontos fortes e fracos para fortalecê-los e melhorá-los (...). Também estou conversando com Tarcísio sobre o assunto⁵⁵.

No texto, já se evidenciam mudanças na rotina, como envio de matérias factuais (no caso específico, policiais) para a editora de conteúdo online no portal (Socorro) e a negociação para que a “pauta fria” (*softnews*) só fosse publicada no portal do jornal após a veiculação no impresso. A mensagem também aponta para orientações do chefe de reportagem de João Pessoa com a sucursal de Campina Grande: “*Também estou conversando com Tarcísio sobre o assunto*”.

Uma semana após a implementação oficial da redação integrada no *Jornal da Paraíba*, recebemos um relatório da chefia de reportagem⁵⁶, em João Pessoa. No documento, são apontados os pontos positivos e negativos do (ainda incipiente), processo de integração, identificados a partir das conversas com a equipe e a observação da rotina produtiva da redação. Foram elencados os seguintes pontos positivos:

- Disposição da maior parte da equipe em cooperar com o processo de integração. Os repórteres, editores e fotógrafos se mostram solícitos em ajudar, sugerindo pautas, dando dicas de edição e até mesmo comentando sobre material “teórico-jornalístico” relativo ao tema;

- A maior parte dos colaboradores está disposta a aprender com os próprios erros sobre a integração entre jornal e portal. Todos têm o pensamento de que o *Jornal da Paraíba* está em uma fase de transição, onde haverá erros por parte dos membros da equipe;

⁵⁵ Mensagem encaminhada no dia 2 de julho de 2014 pelo chefe de reportagem, Bartolomeu Honorato, por e-mail, à editora-executiva (autora da presente pesquisa).

⁵⁶ Documento enviado por e-mail, para a Editoria-executiva. Relatório na íntegra está no Anexo I.

- Equipe comprometida com o trabalho diário. Cada membro procura cumprir com as suas responsabilidades, sem falta.

No documento, a chefia de reportagem também apresentou os aspectos negativos do processo de integração:

- Proposta de texto ser o mesmo para o portal e impresso não está virando realidade. O material acaba tendo que ter textos diferentes para os dois veículos. O repórter acaba fazendo duas matérias, gastando o tempo de duas delas, a dedicação de duas matérias. Não é tão simples como fazer 15 linhas e depois terminar o texto do impresso;

- Falta de planejamento para implantação da integração. Todos afirmam que foram pegos de surpresa, sem algum treinamento ou orientação;

- Alguns colaboradores apresentam resistência à maneira como a coisa está acontecendo, **sem o devido planejamento e ordenação** (grifo nosso).

Percebe-se pela mensagem enviada à editoria-executiva que o processo de integração de redações ainda está em fase embrionária no *Jornal da Paraíba*. Mesmo passados alguns meses do início do projeto, fica evidente que um dos desafios é fomentar a cultura de integração e a formação de uma mentalidade multimídia entre os integrantes da equipe, visto que vários profissionais ainda são reticentes em repassar informações para o online porque não querem que o jornal “seja furado pelo portal”. O fator tempo também é um empecilho para a integração, visto que os profissionais já atuam no limite, para dar conta de matérias para o dia e as especiais, e agora também precisam se preocupar em oferecer uma contribuição para o portal (as citadas “15 linhas”).

A tensão sobre o tema antecede à integração entre impresso e online na prática. No primeiro semestre de 2014, durante um encontro geral da equipe do *Jornal da Paraíba*, reunindo profissionais da redação de João Pessoa e de Campina Grande, a questão da polivalência profissional também gerou debates acalorados, principalmente quando uma repórter-fotográfica questionou por que repórter de impresso poderia fazer fotos, mas os profissionais que atuam apenas com imagem não podem escrever reportagens. Na ocasião, a editora-executiva havia convidado o então editor de conteúdo digital dos portais *GI Paraíba e Jornal da Paraíba*, para falar sobre colaboração entre redações online e impressa. Durante a conversa, também foi

apresentado um panorama da convergência jornalística em algumas empresas de comunicação Brasil afora, pontuando que essa era uma tendência nas redações e que, mais dia menos dia, seria uma medida concreta no *Jornal da Paraíba*.

Em reportagem divulgada pelo *Jornal da Paraíba* em 5 de setembro de 2014, por ocasião do aniversário de 43 anos do veículo, foi destacado o início do processo de integração: “O objetivo não era montar uma nova redação, mas uni-la à do jornal, desenvolvendo um trabalho coletivo para alimentar as duas plataformas, respeitando as particularidades de cada uma”. Ainda segundo a matéria, os esforços iniciais já renderam resultados positivos. No primeiro mês (julho) gerando conteúdo específico online, o portal registrou aumento de 30% no número de acessos. Em agosto do mesmo ano, a integração entre as plataformas também resultou no especial de aniversário da cidade de João Pessoa, com produção de caderno especial para a versão impressa e conteúdos exclusivos (vídeos e infográficos) para o portal.

A experiência de redação integrada no *Jornal da Paraíba*, como tratado anteriormente, ainda está bem no início do processo. Há a decisão de se adotar a convergência jornalística, com foco em especial na dimensão profissional, mas a empresa ainda estuda um modelo de integração a ser implantado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência do Núcleo Integrado Esportivo trouxe consequências de ordem prática aos processos produtivos na redação e à identidade profissional dos jornalistas, conforme esmiuçamos no decorrer do trabalho. Na análise do caso estudado, pudemos identificar as marcas da convergência jornalística, a partir de observação exploratória na Rede Paraíba de Comunicação, aliada às pesquisas bibliográficas, aplicação de questionário fechado e entrevista em profundidade.

Com base na “escala midiática” proposta por Salaverría e Negredo, constatamos que a etapa de sinergia em que se encontra hoje o NIE é a de convergência a três, com mudanças nas dinâmicas produtivas de portal, TV e jornal impresso. Também identificamos a presença do jornalista multitarefa e algumas fases do modelo “dinâmico da convergência”, notadamente promoção cruzada, clonagem de conteúdos e distribuição multiplataforma.

Levando em consideração as quatro dimensões da convergência jornalística apontadas por Salaverría, constatamos:

1. **Dimensão tecnológica** – com a introdução de novas tecnologias na redação (uso de celulares e smartphones, tablets, câmeras digitais, aplicativos como WhatsApp etc);
2. **Dimensão empresarial** – estreia do portal *Globoesporte.com* na Paraíba, evidenciando a relação de sinergia empresarial entre a Rede Globo e suas afiliadas no Estado (*TV Cabo Branco* e *TV Paraíba*) por meio de investimento em um novo modelo de negócio; criação do Núcleo Integrado Esportivo, com a consequente figura do coordenador responsável por fazer a intermediação entre as várias plataformas;
3. **Dimensão profissional** – mudança no trabalho dos jornalistas, com adoção de novas rotinas produtivas e exigência do perfil polivalente e atuação em múltiplas plataformas (produção de sonora para a TV, Tempo Real do portal, textos para diferentes veículos, apuração, redação, fotografia, edição etc); distribuição multiplataforma de conteúdo, tendo em vista os suportes online, TV e impresso;
4. **Dimensão comunicativa** – exploração de novas linguagens para o jornalismo, com a chegada do portal esportivo. Aqui temos ainda um dos pontos mais fracos da convergência a ser explorado no NIE, visto que os produtos com linguagem

multimídia e hipertextualidade ainda são pouco explorados, ocorrendo basicamente de forma esporádica.

Em relação à dimensão **audiência ativa**, que integra os pressupostos de Domingo et al sobre a convergência jornalística, percebemos que a relação entre o público e as empresas *Jornal da Paraíba*, *TV Cabo Branco*, *TV Paraíba* e portal *Globoesporte.com/pb*, no que se refere aos produtos oriundos do Núcleo Integrado Esportivo, ainda precisa avançar muito para que se incentive e valorize a participação ativa da audiência. O GE possui espaço para comentários em matérias e compartilhamento de notícias em redes sociais (Facebook, Google Mais, Pinterest e Twitter) e são criadas enquetes para que o internauta dê sua opinião, mas ainda é pouco.

Recorrendo a Jenkins (2008), lembramos o conceito de “cultura participativa” em que se destaca a mentalidade como os novos consumidores de conteúdos noticiosos – em particular as gerações mais jovens – encaram o processo de produção de conteúdo mediático, interagindo de forma mais presente com os veículos de comunicação. Em se tratando de uma área jornalística onde os torcedores fanáticos predominam, o ambiente se mostra muito favorável ao desenvolvimento de produtos jornalísticos ou de entretenimento que explorem a cultura de fã.

Segundo um dos jornalistas entrevistados para este estudo, por exemplo, a execução do TR pode ser feita, também, com a colaboração do internauta, mas isso ainda não foi colocado em prática. Pode ser um passo inicial nesse caminho. A ideia é buscar cada vez mais a interação com o público, a exemplo do que ocorreu durante o campeonato mundial de futebol do Brasil, em 2014, quando as TVs contavam com o “Cantinho da Copa”, convidando os telespectadores a enviar fotos da torcida do Brasil, e o *Jornal da Paraíba* realizou um bolão com palpite dos leitores.

Ainda sobre as dimensões da convergência no NIE, acreditamos que cada uma delas interfere e incide sobre as outras, fazendo do processo uma sucessão de etapas, em que a lógica de tentativa e erro é evidenciada. Isso nos leva ao modelo “dinâmico da convergência”, proposto por Dailey, Demo e Spillman (2003), que concebe a convergência como um processo contínuo, em que é possível identificar diferentes graus de cooperação e interação entre os funcionários de cada organização. Alguns desses graus foram identificados no Núcleo Integrado Esportivo:

1. **Promoção cruzada** – ocorre quando há o uso de elementos visuais ou textuais para divulgar conteúdo produzido por outros meios. O uso de QR-Code na plataforma papel, para chamar os leitores a verem mais informações no site do *Jornal da Paraíba*; foi

adotado durante a Copa e em outras ocasiões; remissões no programa de TV “Globo Esporte”, convidam o telespectador a visitar a página local do GE; também é comum divulgar uma nota coberta no programa televisivo, que é ilustrada com uma matéria do portal;

2. **Clonagem de conteúdo** – é considerada como um dos tipos mais simples de convergência. Trata-se da opção de copiar material produzido por um meio em outro diferente. No Núcleo Integrado Esportivo, ocorre na sinergia portal-TV e portal-jornal, quando se “reciclam” peças geradas por um dos veículos. Como exemplo, temos os vídeos do programa “Globo Esporte” que são colocados no portal GE, as notas cobertas veiculadas na TV a partir de conteúdo produzido no online e as matérias e fotos feitas para o portal que são publicadas no impresso, com nenhuma ou pouca alteração – o contrário também ocorre, ainda que de forma rara;

3. **Coopetição** – dá-se quando dois meios cooperam para compartilhar informação ou outros aspectos do negócio, ainda que sigam competindo ou, pelo menos, produzindo matérias originais próprias. No Núcleo Integrado Esportivo, por exemplo, isso ocorre quando o *Jornal da Paraíba* cede um fotógrafo profissional para coberturas de jogos de futebol e outros eventos esportivos e ainda quando profissionais do online ou do impresso são instigados a produzir sonora para a TV. Jornalistas da TV também chegam a repassar áudios de gravações para a equipe do portal;

4. **Distribuição multiplataforma** - É o compartilhamento de informações e meios, para coordenar a publicação do produto. Foi o que levou à criação do Núcleo Integrado Esportivo. Hoje, inclusive, a equipe de esportes conta com um orçamento específico, ainda que exista um centro de custo para cada um dos diferentes veículos (jornal, impresso e online).

Desde a concepção deste trabalho, conforme trouxemos na Introdução, percebíamos que uma das principais dificuldades enfrentadas pelos jornalistas do NIE era não apenas produzir conteúdo de modo integrado e que fosse adequado aos diferentes meios, mas também como estar preparado para atuar em múltiplas plataformas. Constatamos que ainda há dificuldades para se produzir conteúdo que não seja homogeneizado e respeite a especificidade de cada veículo, mas que há interesse dos profissionais em avançar nesse campo. Ainda que tenha ganhado muito com a criação do NIE, pois houve a ampliação do número de notícias esportivas, o *Jornal da Paraíba*

talvez seja o veículo que mais sofre em relação ao texto pausterizado, pois as matérias que são publicadas no impresso, com algumas exceções, geralmente são feitas com foco na plataforma online.

Nosso olhar para o NIE também buscava saber como os aspectos culturais configuram a adoção de rotinas produtivas na redação em sinergia. Para isso, formulamos a hipótese de que, embora inseridos no ambiente convergente, os jornalistas do Núcleo Integrado Esportivo não incorporam a convergência como prática cultural, mas como ferramenta. Após quase dois anos de estudo, compreendemos que algo ainda continua evidente: a cultura de convergência ainda não está disseminada no núcleo, ainda que tenhamos encontrados indícios da formação de uma nova mentalidade, em relação ao planejamento de produtos multimídia e de maior colaboração entre os profissionais.

As mudanças nas dinâmicas de rotina produtiva começam a se tornar mais naturais, mas os jornalistas ainda não se percebem como parte de um núcleo em processo contínuo de convergência. Há fissuras também no relacionamento entre os profissionais, principalmente na relação TV-portal e vice-versa, com cobranças por maior entrosamento, aceitação e diálogo dos dois lados.

Em relação à figura do coordenador do NIE, temos que o mesmo é um grande elemento de coesão entre as equipes, mas a sobrecarga de tarefas (editoria do caderno de Esporte do *Jornal da Paraíba* e editoria do programa “Globo Esporte”) impede que ele tenha tempo para se dedicar mais à disseminação da cultura de convergência, bem como à formação de uma mentalidade multimídia. Relembrando os casos de integração de jornais citados no Capítulo 1, a figura do profissional que vai organizar o fluxo de produção das notícias para as diversas plataformas é fundamental no processo de convergência. Daí que seria oportuno se o coordenador do NIE tivesse menos demandas isoladas no jornal e TV para poder se dedicar mais ao planejamento das ações de integração.

Uma iniciativa que contribuiria nesse processo seria a criação de uma Base de Dados (BDs) que integrasse todos os veículos e as rotinas do processo produtivo, conforme apresentado no Capítulo 1. Atualmente, a Rede Paraíba de Comunicação conta com BDs em alguns de seus veículos, conforme já citado no Capítulo 3, sendo algumas propostas mais complexas do que as outras.

Recapitulando Barbosa (2008), as BDs são agentes centrais para assegurar redações cada vez mais integradas e operando segundo a lógica de um jornalismo convergente. Alguns grupos de mídia adotam sistemas que permitem a integração das rotinas produtivas dos meios, a coordenação da sinergia e o acompanhamento da produção multimídia de cada jornalista. É um modelo que pode ser adotado na Rede Paraíba de Comunicação para o aperfeiçoamento das práticas produtivas.

A observação estruturada e os relatos dos profissionais envolvidos com o Núcleo Integrado Esportivo propiciaram a identificação de problemas graves no processo de convergência jornalística, especialmente, em relação às condições de trabalho e à qualidade da notícia: textos sem pluralidade e sem aderência à linguagem específica; profissionais trabalhando no limite de tempo e “se vendo obrigados” a adotar o perfil polivalente para atender às exigências do mercado; jornalistas que perdem a capacidade crítica porque ocupam cargos de chefia e terminam absorvendo a ideologia das empresas onde atuam; repórteres trabalhando sob extrema pressão para dar conta de demandas criadas pela lógica da ubiquidade; agentes da notícia sujeitos ao ritmo acelerado do tempo real. São questões que não se esgotam neste trabalho e refletem o cenário das práticas de convergência jornalística em todo o Brasil. Por isso mesmo, exigem aprofundamentos em novos estudos e também por outros pesquisadores.

Ao longo deste trabalho, abordamos o estado da arte sobre convergência jornalística, com um pequeno apanhado sobre a evolução do fenômeno, os modelos propostos pelos teóricos e algumas experiências de integração de redações. Em relação a esse último tópico, ficou evidente que não há um modelo único, tampouco um padrão a ser seguido, principalmente porque a convergência jornalística é um processo contínuo e cada grupo de mídia terá de descobrir aquele que, se for o caso, mais irá se adequar ao modelo de negócio em questão.

Em relação ao NIE, compreendemos que é uma experiência em fase inicial – apesar de haver começado em 2011 – e que evolui a cada etapa de “tentativa e erro”. O modelo atual, em estágio de construção, necessita definir formas para que os jornalistas pensem, do começo ao fim, como jornalistas multimídia. A busca por um posicionamento resiliente em relação aos processos de sinergia pode ser uma alternativa – mas sem esquecer o olhar crítico –, visto que o fenômeno da convergência jornalística nos parece ir além dos modismos, identificando-se como um caminho a ser aprimorado.

Entendemos que é preciso avançar em algumas questões, caras ao estatuto do jornalista, como promover condições e estabelecer procedimentos para que os profissionais desempenhem suas atividades com qualidade, sem ferir protocolos éticos e, ainda, sem esgarçar o tecido da dignidade profissional.

Por fim, acreditamos que o valor deste estudo de natureza exploratória consiste em apresentar conhecimentos sobre uma realidade específica e bem delimitada, cujos resultados podem colaborar na formulação de novas hipóteses para o encaminhamento de futuras pesquisas sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- ADGHIRNI, Zélia Leal. Mudanças Estruturais no Jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In: **Jornalismo e Sociedade – Teorias e Metodologias**. Fábio Henrique Pereira (org). Florianópolis: Insular, 2012.
- AGNEZ, Luciane Fassarella. **A Convergência Digital na Produção da Notícia: Reconfigurações na Rotina Produtiva dos Jornais Tribuna do Norte e Extra**. 2011. 166 p. Mestrado em Comunicação. UFRN, Natal.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Tradução de Jacob A. Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.
- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. (Coleção Pesquisa Qualitativa). Porto Alegre: Artmed, 2009.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. 2013. (Tese de Doutorado. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/tese_suzana_barbosa.pdf Acesso em: ago. 2014.
- _____. **As Bases de Dados no Curso da Convergência Jornalística: uma análise preliminar a partir do modelo JBDB**. 2008. Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online/ UFBA. Disponível em <http://grupojol.wordpress.com/2008/05/07/barbosa-2008-2/>. Acesso em fevereiro de 2014.
- _____. **Jornalismo Digital e a Informação de Proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o IBahia**. 2012. Dissertação de mestrado. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.html>. Acesso em: jul. 2014.
- _____. **Aspectos da convergência jornalística em empresas informativas brasileiras**. Disponível em: <http://migre.me/pcDtk> Acesso em: out. 2014
- _____.; SEIXAS, Lia. Jornalismo e dispositivos móveis: Percepções, usos e tendências. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013. p. 51-74. (Jornalismo). Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98> Acesso em: fev. 2015
- BASTOS et al. Convergência jornalística nos média em Portugal: Um estudo exploratório. In Zamith, Fernando; Bastos, Helder; Reis, Isabel (org.) **Livro de Atas do III COBCIBER**, p. 4-37, 2013.

BARRETO, Virgínia Sá. **Comunidades Simbólicas – Identificação imaginária, pactos e vínculos em telejornalismo**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

BERNARDO, Alysson. **Jornal comemora hoje 43 anos e anuncia novidades**. Jornal da Paraíba, João Pessoa, p. 10-11, 5 set. 2014.

BELOCHIO, Vivian de Carvalho. **Shovelware, repurposing e a lógica transmídia em Zero Hora: contratos de comunicação e convergência com os meios digitais**. Revista Verso e Reverso. XXVIII/68. Unisinos. Porto Alegre, 2014. Disponível em <file:///C:/Users/part/Downloads/6772-24819-1-PB.pdf> Acesso em março de 2015.

BENETTI, Marcia. Produção da Notícia. In: **Dicionário da Comunicação**. Ciro Marcondes Filho (org.). Paulus, 2009, São Paulo.

BERTOCCHI, Daniela. **Dos dados aos formatos: um modelo teórico para o design do sistema narrativo no jornalismo digital**. Tese de doutorado, 2103. São Paulo, USP. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0ByZWLSd06WiTS01c2pHY1pjT1U/edit?pli=1> Acesso em: fev. 2105

CANAVILHAS, João. Ensino do jornalismo: o digital como oportunidade. In: QUADROS, Cláudia; CAETANO, Kati; LARANGEIRA, Álvaro. **Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais**. Covilhã: Livros Labcom, 2011. p. 13-2. (Jornalismo). Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/21>>. Acesso em: jan. 2015.

CARNEIRO, Angélica Lúcio; MOURA, Sandra Regina. **Copa do Mundo, midiatização e convergência jornalística: a cobertura do núcleo esportivo da Rede Paraíba de Comunicação**. Estudos em Jornalismo e Mídia: Esporte e Mídia, UFfSC- Santa Catarina, v. 11, n. 2, p.435-446, dez. 2014. Semestral. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n2p435> Acesso em: dez. 2014.

CASTRO, Alexandre. **Teorias do Jornalismo, Universidade e Profissionalização: Desenvolvimento Internacional e impasses Brasileiros**. 2013. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/castro-alexandre-2013-teorias-jornalismo.pdf> Acesso em: fev. 2015

CORREIA, Hilton. **Jornais lideram em confiança da audiência**. Jornal ANJ. Fevereiro de 2015, n. 253. Disponível em: <http://jornalanj.digitalpages.com.br/home.aspx> Acesso em: fev. 2015

COSTA, Caio Túlio. **Um modelo de negócio para o jornalismo digital**. Observatório da Imprensa. Disponível em <http://migre.me/kZNzf> . Acesso em agosto de 2014.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

CULT. **Dossiê O fim do jornalismo crítico? Novas diretrizes curriculares criam um abismo entre teoria e prática**. São Paulo, ano 17, n. 188, p.22-39. mar. 2014.

DEUZE, Mark. **What is multimedia journalism?** Journalism Studies, v. 5, n.2, p. 139-152. 2004.
Disponível em:
<http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/deuzemultimediajs.pdf> Acesso em: jan. 2015.

DOCTOR, Ken. **Newsonomics: doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial**. São Paulo: Cultrix, 2011.

DOMINGO, David et al. **Four Dimensios of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain**. 2007.
Disponível em <https://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Domingo.pdf>

DAILEY, Lary; DEMO, Lori; SPILLMAN, Mary. **The Convergence Continuum: a model for studying Collaboration between media newsrooms**. 2003. Disponível em
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.130.4530&rep=rep1&type=pdf>
Acesso em: fev. 2015

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. P. 62-84.
EDITORES de esportes falam das expectativas para a final do Paraibano 2103. Disponível em:
http://www.jornaldaparaiba.com.br/esportes/noticia/107130_editores-de-esporte-falam-das-expectativas-para-a-final-do-paraibano-2013 Acesso em: mar. 2015

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**; tradução Sandra Castelo Branco - 2. ed - São Paulo: Editora Unesp, 2011.

ERDAL, Ivar john. **Cross-Media News Journalism: Institutional, Professional and Textual Strategies and Practices in Multi-Platform News Production**. 2008. (Tese de Doutorado). Disponível em: https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/27240/85738_erdal.pdf?sequence=2
Acesso em: jan. 2015

FAUSTO NETO, Antônio. **Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização**. Revista Matrizes, São Paulo, 2008, v.1, n.2, p. 89-105. Disponível em:
<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/88> Acesso em: fev. 2014.

FERRARI, Pollyanna. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FERREIRA, Giovandro Marcus. As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade da massa. In: **Teorias da Comunicação**. Antonio Hohlfeldt, Luiz C. Martino, Vera Veiga França (orgs.). 8ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

FIGARO, Roseli (org.); NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGARO, Roseli (org.). Perfis e Discursos de Jornalistas no Mundo do Trabalho. In: **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. FIGARO, Roseli (org.); NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. São Paulo: Atlas, 2013.

FINGER, Cristiane. **Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital**. Em Questão, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 121-132, jul./dez. 2012

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**; organizado por Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 3ª reimpressão, 2012.

GARCÍA AVILÉS, José Alberto García. **Dismitificando la convergência periodística**. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, jun, número 94, Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina, Quito, Equador, pp. 34-39

GARCÍA AVILÉS, José Alberto; SALAVERRÍA, Ramón; MASIP, Pere Masip. **Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa**. 2008. Disponível em: <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/134.pdf>
Acesso em: jul. 2014

GÓMEZ, Gregório Rodríguez; FLORES, Javier Gil; JIMENEZ, Eduardo García. **Metodología de la investigación cualitativa**. Granada (España): Ediciones Aljibe, 1996. Disponível em: http://metodosdeinvestigacioninterdisciplinaria.bligoo.com.co/media/users/10/528344/files/53953/INVESTIGACION_CUALITATIVA_Rodriguez_et_al.pdf
Acesso em: ago. 2014.

GONZÁLEZ, Sonia; MICÓ, Josep Lluís. **La Polivalencia Periodística en los Gabinetes de Prensa Digitales. Estudio del Caso del Servei Català de Trànsit (Servicio Catalán de Tráfico)**. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/mico-josep-gonzalez-sonia-polivalencia-periodistica.pdf>
Acesso em: jul. 2014

GORDON, Rich. The Meanings and Implications of Convergence. In **Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**, editado por Kevin Kawamoto. Nova York: Rowman & Little Field Publishers, 2003.

HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação. In: **Teorias da Comunicação**. Antonio Hohlfeldt, Luiz C. Martino, Vera Veiga França (orgs.). 8ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____.; MARTINO Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências**. Petrópolis: Vozes, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009. 2ª ed.

_____. **Convergence? I Diverge**. In: Technology Review. Cambridge: MIT, junho, 2001. Disponível em <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/> Acesso em: mar. 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O discurso da convergência inevitável: a construção do jornalista multitarefa nas páginas de O Globo**. Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, Sergipe, v. 12 ,n .3, p. 1-19, set./dez. 2010. Disponível em: <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/26> Acesso em: jun 2013

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul - Manual de Comunicação**. Tradução Rafael Varela Jr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

LAGE, Nilson. **A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: editora Record, 2001

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LAUAND, Luiz Jean. **Ética e antropologia – estudos e traduções**. São Paulo: Mandruvá, 1997.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica**. São Paulo: Paulus, 2013.

MACHADO, Elias; Marcos Palácios. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: Cláudia Lago; Márcia Benetti (Org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. **O Banco de Dados como espaço de composição de narrativas multimídias**. 2004. Disponível em http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/ii_sbpjour_2004_cc_02_-_elias_machado.pdf Acesso em agosto de 2014.

MAIA, Kênia Beatriz Ferreira; AGNEZ, Luciane Fassarela. A convergência digital na produção da notícia: Dois modelos de integração entre meio impresso e digital. In: **I COLÓQUIO INTERNACIONAL MUDANÇAS ESTRUTURAIS NO JORNALISMO**, 1., 2011, Brasília. Anais do I Colóquio Internacional Mudanças Estruturas no Jornalismo. Cidade: Unb, 2014. p. 182 - 191. Disponível em: <http://migre.me/qjVq4> Acesso em: 22 out. 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser Jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 3 ed. São Paulo: Cultrix

MIELKNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. (Tese de Doutorado). FACOM-UFBA, Salvador, 2003. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6057> Acesso em: mar. 2015

_____. O celular afronta o jornalismo. In: BARBOSA, Suzana; MIELKNICZUK, Luciana. **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013. p. 91-112. (JORNALISMO). Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>>. Acesso em: fev. 2015

MEYER, Philip. **Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação**. Tradução Patricia De Cia. São Paulo: Contexto, 2007.

MICO, Josep; MASIP, Pere; BARBOSA, Suzana. **Modelos de convergência empresarial na indústria da informação: um mapeamento de casos no Brasil e na Espanha**. In: SBPJOR, 2009. São Paulo. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/198> Acesso em: ago. 2014.

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: **Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias**. Fábio Henrique Pereira (org). Florianópolis: Insular, 2012.

NUNES, Emmanuela Cristine Leite; SILVA, Fernando Firmino. **Jornalismo em plataformas móveis: o processo de convergência e de mobilidade na produção e consumo da notícia**. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1182-1.pdf> Acesso em: ago. 2014.

NONATO, Cláudia. O Perfil Diferenciado dos Jornalistas Associados ao Sindicato de São Paulo. In: **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. FIGARO, Roseli (org.); NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. São Paulo: Atlas, 2013.

PEREIRA, Fábio Henrique (org). Possibilidades de aplicação do conceito de carreiras profissionais nos estudos sobre jornalismo. In: **Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012.

_____. **Objetivação e Triangulação Metodológica em Entrevistas de Pesquisa com Jornalistas: análise de uma carreira profissional**. Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM, São Paulo-sp, v. 2, n. 2, p.47-68, ago./dez. 2014. Semestral. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/issue/view/42> Acesso em: jan. 2015

_____; NEVES, Laura Maria. **A entrevista de pesquisa com jornalistas: algumas estratégias metodológicas**. Intexto, Porto Alegre-RS, v. 29, p.35-50, 5 dez. 2013. Semestral. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/41898/27817> Acesso em: jan. 2015.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis: Vozes, 2006.

PONTES, Felipe Simão. Robert Ezra Park. In: **Dicionário da Comunicação**. Ciro Marcondes Filho (org.). São Paulo: Paulus, 2009.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: GEN /LTC. 2011.

PRINCÍPIOS editoriais do Grupo Globo. Disponível em http://globoesporte.globo.com/principios_editoriais_globo.html#diante-dos-colegas Acesso em: fev. 2015

RAMALHO, Renan. **Internet cresce entre deputados como fonte de informação, mostra pesquisa**. G1 Brasília. Disponível em <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/06/internet-cresce-entre-deputados-como-fonte-de-informacao-mostra-pesquisa.html> Acesso em: jul. 2014

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.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. Estratégias de conteúdo para meios digitais. In: QUADROS, Cláudia; CAETANO, Kati; LARANGEIRA, Álvaro. **Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais**. Covilhã: Livros Labcom, 2011. p. 13-2. (Jornalismo). Disponível em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/21> . Acesso em: jan 2015.

SAAD, Beth. **Estratégias 2.0 para a mídia digital: internet, informação e comunicação**. São Paulo: Editora Senac, 2012.

SALAVERRÍA, Ramón. **¿Hacia dónde se dirige la convergencia de medios?** 2003 Disponível em: <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5107/1/medoc-0411-01.pdf>. Acesso: jun. 2014.

_____. **Mídia e jornalistas, um futuro em comum?** Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM, São Paulo-sp, v. 1, n. 3, p.79-83, jan./jun. 2015. Semestral. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/297/304> Acesso em: mar. 2015

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **A Ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

SEIBT, Taís. **Redação integrada: a experiência do jornal Zero Hora no processo de convergência jornalística**. 2014. (Dissertação de Mestrado. Disponível em <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/00000A/00000AAE.pdf> Acesso em: ago. 2014.

SILVA, Fernando Firmino da. **Mobilidade Convergente: abordagem sobre as práticas e os estudos sobre jornalismo móvel**. Disponível em: https://www.academia.edu/869894/Mobilidade_convergente_Abordagem_sobre_a_pratica_e_os_estudos_do_jornalismo_movel. Acesso em: ago. 2014.

_____. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. (Tese de doutorado). Salvador: UFBA, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011> Acesso em: abr. 2014

_____. Repórteres em campo com tecnologias móveis conectadas. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013. p. 91-112. (JORNALISMO). Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>>. Acesso em: fev. 2015

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. 2006. Biblioteca Online de Ciência da Comunicação. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf> Acesso em: nov. 2014

SOUZA, Maurício Dias. **Jornalismo e cultura da convergência: a narrativa transmídia na cobertura do Cablegate e nos sites El País e Guardian**. (Dissertação de Mestrado). Santa Maria: UFSM, 2011. Disponível em: <http://migre.me/pcDPq>. Acesso em: mar. 2015

STRELOW, Aline. **Análise Global de Processos Jornalísticos: uma proposta metodológica**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

TÁRCIA, Lorena. **Convergência de Mídias e Jornalismo**. 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/tarcia-lorena-convergencia-de-midias-e-jornalismo.pdf>
Acesso em: ago. 2014.

VAZ, Ana Lúcia. **Jornalismo na correnteza. Senso comum e autonomia na prática jornalística**. São Paulo: Senac, 2013.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: Cláudia Lago; Márcia Benetti (Org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

5º Colóquio Iberoamericano de Jornalismo Digital debate desafios tecnológicos nas redações
Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/00-9890-5%C2%BA-coloquio-iberoamericano-de-jornalismo-digital-debate-desafios-tecnologicos-nas-redacoes>
Acesso em: nov.2104

APÊNDICES

APÊNDICE A – ENTREVISTA REALIZADA COM O COORDENADOR DO NIE (Novembro de 2013).

1. O que mudou após a criação do núcleo esportivo?

R: A criação de um Núcleo Integrado de Esportes (NIE) teve como principal finalidade concentrar toda a demanda de esportes da Rede Paraíba de Comunicação sob uma mesma coordenação. Ou seja, na prática, todas as notícias chegam a um mesmo lugar e assim fica mais fácil distribuí-las para os diversos meios. Com isso, também economizamos na apuração, seja de ordem econômica, seja de ordem funcional. Econômica porque enviamos uma equipe para fazer a maioria das pautas, diminuindo os custos da apuração (carro, ordem de táxi, horas extras, etc). De ordem funcional porque enquanto uma equipe cobra uma demanda, outra já se preocupa em fazer outra coisa.

2. Como a cobertura esportiva dos veículos da Rede Paraíba de Comunicação era feita antes da integração?

R: Cada veículo tinha uma apuração distinta. Se por um lado valorizava a concorrência, por outro acabávamos todos fazendo a mesma coisa. Por mais banal que fosse a pauta, tínhamos uma equipe da TV, uma do jornal e outra do portal. Muitas vezes, TV e jornal não dispunham de equipe na hora da pauta e a cobertura acaba sendo feita por releases ou telefonemas. No caso do jornal, ganhamos um acervo fotográfico completo, já que hoje todas as coberturas são presenciais.

3. A criação desse núcleo esportivo se baseou em algum outro projeto das afiliadas Globo?

R: Não necessariamente, embora algumas afiliadas adotem o mesmo modelo. Surgiu basicamente da necessidade de fortalecer o esporte de forma eficaz e econômica. Hoje temos uma equipe de esportes com cerca de 12 profissionais, sendo que todos eles são também pauteiros, produtores, repórteres e fotógrafos. O próximo passo é elevar o time à categoria de editores, que ainda fica limitado a duas ou três pessoas.

4. Quais as vantagens e os problemas desse formato?

R: A maior vantagem é a concentração de pautas numa só coordenação, de termos várias pessoas pensando junto as pautas diárias de esporte. Isso acaba refletindo numa cobertura eficiente para todos os veículos. A principal desvantagem é encontrar uma linguagem e uma abordagem que faça com que o público-alvo (leitor, telespectador ou internauta) não se sinta lesado. Algo do tipo: "Já vi essa mesma notícia em outro lugar". O jornal, como é o veículo mais frio, normalmente leva alguma desvantagem. Nesse caso, precisamos ter um cuidado especial, deixando uma pauta quente para o dia seguinte, ou uma abordagem que faça o leitor se sentir valorizado com o seu produto. É importante uma boa conversa entre os editores de cada veículo para definir para onde vai cada pauta.

5. Vocês acreditam que existe integração de fato?

R: Sim, existe. Mas é claro que estamos em fase de implantação. Estamos evoluindo com o tempo, aperfeiçoando cada situação. A cada dia aprendemos algo novo e como podemos melhorar. Acho que mais um ou dois anos teremos o modelo certo para atender cada mídia.

6. Qual a relação com a rádio CBN?

R: A rádio é uma inesgotável fonte de pautas. Participamos de alguns programas, entramos em transmissões. Mas a rádio não faz parte do núcleo de esportes. Pelo menos por enquanto. Existe uma vontade de também se englobar esse segmento. Mas por enquanto, ainda não há previsão para isso. A equipe de esportes da rádio CBN é terceirizada e isso dificulta uma integração oficiais. De qualquer forma, estamos sempre discutindo as melhores pautas juntos. Na final da Série D, a CBN mandou uma equipe para Porto Alegre (Juventude x Botafogo, primeira partida da final) e nos enviou fotos de lá. É uma integração de fato, embora ainda não seja de direito.

7. A cobertura esportiva melhorou após a criação desse núcleo?

R: Evidentemente. Hoje cobrimos de 20 a 25 matérias por dias. Antes, só tínhamos condições de fazer cinco ou seis para o jornal, e duas para a TV. No caso específico da TV, temos o projeto de adquirir equipamentos para, no futuro, filmarmos e gravarmos sonoras de pautas sem a necessidade de deslocamento de uma equipe de UPJ.

8. Na televisão e no impresso, sempre houve predomínio para o futebol nas coberturas. Com a criação do núcleo esportivo isso predomina, ou há mais espaço para outras modalidades e para o esporte amador?

R: O futebol segue como carro-chefe. É onde encontramos o nosso público-alvo. Mas a criação do NIE nos permitiu um olhar diferenciado para os esportes amadores. Por exemplo: hoje cobrimos a final de basquete, de futebol de areia e até de ginástica. Como isso seria possível no modelo tradicional? Hoje temos mais opções para cobrir e o esporte amador também ganha com isso.

9. Como é a relação com leitores/internautas/ telespectadores?

R: Cada um deles tem um perfil diferente, embora a mesma pessoa possa ser os três ao mesmo tempo. Por isso temos que criar uma abordagem e uma linguagem que contemple cada um. Geralmente uma matéria que sai no jornal é destrinchada em três ou quatro para o portal. No jornal, nós consolidamos todas as informações do dia numa grande matéria. Para a TV a situação é um pouco diferente, pois precisamos ter imagem. E por enquanto, imagem só é feita com uma equipe específica de TV.

10. Como o núcleo trabalha a convergência de mídias e o uso das redes sociais?

R: Como disse antes, cada mídia tem que ter uma abordagem específica. As redes sociais ajudam, pautam, repercutem e até nos dizem se estamos no caminho certo. É uma espécie de termômetro. Mas, confesso, ainda não é utilizada na plenitude de seu potencial. Estamos começando a entendê-la para depois usarmos de forma mais efetiva.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS INTEGRANTES DO NIE (agosto de 2014).



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM JORNALISMO

QUESTIONÁRIO

Prezado (a) colega,

O presente questionário está sendo aplicado para que se permita avaliar as rotinas produtivas e a cultura profissional do Núcleo Integrado Esportivo (NIE) da Rede Paraíba de Comunicação, bem como identificar as marcas de convergência jornalística presentes no grupo. O NIE é objeto da minha pesquisa de mestrado - Convergência Jornalística e Cultura Profissional: A Experiência do Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação - realizada dentro do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba, sob orientação da Profª. Dra.: Sandra Regina Moura. O estudo se concentra nas rotinas produtivas e pretende analisar o fazer jornalístico do NIE, como também a percepção dos profissionais envolvidos no processo de convergência jornalística a partir de sua rotina de trabalho. Asseguro que todos os dados são reservados, garantindo o anonimato das identidades dos profissionais. Agradeço antecipadamente aos (as) colegas pela colaboração e apoio.

Angélica Gomes de Oliveira Lúcio Carneiro

Jornalista e aluna do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB.

1. Você acredita que os jornalistas devem estar preparados para realizar diferentes tarefas por exigência do mercado de trabalho?

() Sim () Não

2. Das funções abaixo, quais fazem parte da sua rotina de trabalho?

() Apuração

() Redação

() Fotografia

() Locução

() Edição

() Apresentação

() Todas

() Outras. Cite-as

3. Para quais veículos da Rede Paraíba de Comunicação você produz conteúdo jornalístico?

() Rádio

() Online

() Televisão

() Impresso

() Todos

4. O conteúdo produzido por você é personalizado e leva em consideração a linguagem específica de cada veículo?

() Sim

() Não

5 O material que é produzido para o online é adaptado antes de ser publicado no impresso e vice-versa?

() Sim

() Não

6. Você recebeu treinamento profissional da empresa para atuar em multiplataformas na Rede Paraíba de Comunicação?

() Sim

() Não

6.1 Em caso de resposta afirmativa na questão anterior, especifique que tipo de treinamento a empresa lhe proporcionou.

() Edição de vídeo

() Edição de texto online

() Edição de texto impresso

() Uso de novas tecnologias

() Locução

() Fotografia

() Filmagem

- () Apresentação
 () Nenhum
 () Outras. Cite-as

7. Quando você foi contratado sabia que teria de desempenhar múltiplas funções (repórter, redator, editor, fotógrafo etc) na Rede Paraíba de Comunicação?

- () Sim
 () Não

8. Em média, quantas pautas você recebe por dia ?

- () Uma
 () Duas
 () Três
 () Quatro ou mais

9. A remuneração do jornalista polivalente deveria levar em consideração a produção de conteúdo para diferentes plataformas?

- () Sim () Não

10. Por atuar no Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação você recebe um salário maior do que o de outros profissionais do mesmo grupo que produzem conteúdo para apenas uma plataforma?

- () Sim () Não

11. Em relação ao tempo disponível para produção de conteúdo, você está:

- () Satisfeito
 () Insatisfeito

12. Em muitas redações, a pauta de rua está virando algo raro, predominando a figura do “jornalista sentado”. Com que frequência você é pautado para coberturas que exigem sair da redação?

- () Raramente
 () Diariamente
 () Uma vez por semana
 () Duas a três vezes por semana

13. Você é favorável à existência de núcleos integrados de produção jornalística?

- () Sim
 () Não

14. Para você, atuar com apenas uma função é melhor quer ter um perfil polivalente em uma redação?

- () Sim
 () Não

Justifique.....

.....

15. Se pudesse escolher, você gostaria de trabalhar com produção de conteúdo para apenas uma plataforma?

() Sim

() Não

16. A necessidade de um perfil polivalente no Núcleo Integrado Esportivo aumenta a responsabilidade dos profissionais envolvidos?

() Sim

() Não

17. Você sabe o que é uma Base de Dados em jornalismo?

() Sim

() Não

18. A Rede Paraíba de Comunicação conta com uma Base de Dados que organiza o processo de convergência jornalística? (As Bases de Dados são elementos que estruturam a atividade jornalística em suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção. Elas desempenham papel chave na integração das rotinas produtivas dos meios, bem como nas etapas de criação, edição e apresentação dos conteúdos, de distribuição, permitindo, ainda, a automatização dos processos e maior agilidade, pois facilita o trabalho dos profissionais, inclusive nos procedimentos de adaptação do conteúdo de um meio para outro).

() Sim

() Não

19. Você concorda que a existência de uma base de dados facilitaria o processo de convergência jornalística entre os vários veículos na Rede Paraíba de Comunicação?

() Sim

() Não

Justifique.....

.....

.....

20. No Núcleo Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação já se trabalha com a chamada pauta integrada (significa partir de uma ideia, de um assunto amplo, apurar, pesquisar e prever como seriam os conteúdos multimídia que estariam agregados, pensando principalmente na estrutura hipertextual desse material)?

() Sim

() Não

21. Faixa etária

() Menos de 20 anos

() De 20 a 30 anos

() De 30 a 40 anos

() De 40 a 50 anos

() Mais de 50 anos

22. Sexo

- ☐ Feminino
☐ Masculino

23. Onde você fez ou está fazendo o curso de graduação?

- ☐ Campina Grande
☐ João Pessoa
☐ Outros. Qual? _____

24. Você é formado ou está fazendo curso superior em?

- ☐ Jornalismo
☐ Publicidade
☐ Relações Públicas
☐ Outras. Qual? _____ Data da Formatura ou previsão: _____

25. Em qual instituição você cursou (ou está cursando) ensino superior?

- ☐ UFPB
☐ UEPB
☐ Outra instituição. Cite-a _____

26. Esta é a primeira vez que trabalha em núcleo integrado de produção de conteúdo?

- ☐ Sim
☐ Não

27. Há quanto tempo trabalha como jornalista?

.....

28. Há quanto tempo você trabalha com esporte?

.....

29. Há quanto tempo você trabalha com redação integrada?

.....

30. Há quanto tempo trabalha no Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação?

.....

31. A sua experiência anterior foi em:

- ☐ Jornal
☐ Revista
☐ TV
☐ Rádio
☐ Online
☐ Assessoria de comunicação
☐ Outros: especifique _____
☐ Nenhuma experiência anterior

32. Qual o nível de satisfação com o emprego atual?

- ☐ Bom
- ☐ Ótimo
- ☐ Regular
- ☐ Insatisfeito

33. Em que ponto da escala abaixo está o salário que você recebe pelo desempenho da sua função no Núcleo Integrado Esportivo?

- ☐ Menos de R\$ 800
- ☐ De R\$ 800 a R\$ 1.300
- ☐ De R\$ 1.300 a R\$ 1.800
- ☐ De R\$ 1.800 a R\$ 2.500
- ☐ De R\$ 2.500 a R\$ 3.500
- ☐ De R\$ 3.500 a R\$ 4.500
- ☐ Acima de R\$ 5.000

34. Você trabalha com o NIE em qual ambiente?

- ☐ Na empresa
- ☐ Em casa
- ☐ Em casa e na empresa
- ☐ Em qualquer lugar (rua, estádio, quadra, praia, clube esportivo etc)
- ☐ Em todos os ambientes citados acima

35. De quanto tempo você acredita que um profissional precisa para se adaptar a uma nova plataforma?

- ☐ Menos de um mês
- ☐ De 1 a 2 meses
- ☐ De 3 a 4 meses
- ☐ Pelo menos seis meses

36. A sua empresa realiza alguma atividade de formação e/ou reciclagem profissional?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se a resposta for afirmativa, especifique:.....

37. A sua jornada de trabalho é de quantas horas?

- ☐ De 5 horas
- ☐ De 5 a 7 horas
- ☐ Mais de 7 horas
- ☐ Outros. Especifique

38. Quais são as ferramentas que você utiliza para desenvolver suas atividades?

- ☐ Telefone
- ☐ Correio Eletrônico
- ☐ Engenhos de busca
- ☐ Bancos de Dados

- () Listas de discussão
- () Redes Sociais
- () Outras. Quais?.....

39. Quais equipamentos abaixo são fornecidos pela empresa para a realização do seu trabalho?

- () Computador desktop
- () Notebook
- () Tablet
- () Máquina fotográfica
- () Telefone celular
- () Gravador
- () Outros. Cite-os.....

40. A redação integrada melhora a qualidade da informação no que diz respeito à apuração, elaboração e edição do material jornalístico?

- () Sim
- () Não

Explique.....

41. Durante a apuração de um fato, qual a prioridade do “furo jornalístico” para a equipe do Núcleo Integrado Esportivo. Por favor, numere de 1 a 5 em ordem de prioridade, sendo 1 o de maior relevância.

- () Online Globo Esporte.com
- () Online Jornal da Paraíba
- () Televisão
- () Jornal Impresso
- () Rádio

42. O Núcleo Integrado Esportivo possui canais que possibilitem a interação com o público e a existência do jornalismo colaborativo?

- () Sim
- () Não

Explique.....

APÊNDICE C – ROTEIRO PARA ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

NOME:

IDADE:

CARGO:

- **FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

1. Como foi sua formação na universidade?
2. Acha que essa formação contribuiu de que forma para o exercício de sua profissão?
3. Fez curso de pós-graduação ou outros cursos? Se a resposta for positiva, acha que ajuda a exercer melhor sua função? Como?

- **EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL**

1. Fale-me um pouco de sua experiência profissional com o jornalismo, se trabalhou em outras emissoras, em rádio ou jornalismo impresso.
2. As outras experiências (caso as tenha tido) eram com que tipo de jornalismo?
3. Essa experiência contribui de que forma para seu atual trabalho?
4. Quanto tempo trabalha na emissora?
5. Quais as atividades, funções ou cargos que já exerceu na emissora?

- **CONCEPÇÃO DE CONVERGÊNCIA**

1. Fale-me sobre a sua concepção de convergência jornalística.
2. O que você considera como um jornalista polivalente?
3. Você acha que ter um perfil polivalente, com produção de conteúdo para diferentes plataformas, é o ideal?
4. Você acredita que os jornalistas devem ser “universais”, com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria?

- **REDAÇÃO INTEGRADA**

1. Qual sua concepção de redação integrada?
2. Você sabe o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar esta experiência de integração de redações?
3. O projeto de integração do NIE é inspirado em outros modelos? Quais?
4. Por que a editoria de Esportes foi escolhida como projeto piloto de integração de redações na Rede Paraíba de Comunicação?
5. Em que estágio a integração se encontra atualmente no Esporte? Que aspectos é preciso alcançar para considerar a equipe 100% integrada?
6. Descreva a rotina de produção no Núcleo Esportivo Integrado e procure situar mudanças ocorridas desde o início da implantação do projeto.
7. As mudanças implantadas no NIE tiveram algum reflexo nas rotinas de produção do jornal como um todo?
8. Qual a infraestrutura oferecida pela Rede Paraíba de Comunicação hoje para a prática do jornalismo polivalente?
- . Como é a sua rotina de trabalho no Núcleo Esportivo Integrado?
10. O Núcleo Integrado Esportivo dispõe de algum software que contribua para o processo de integração?

- **CULTURA PROFISSIONAL**

1. Quais são as regras e concepções definidas pela direção de jornalismo para a cobertura esportiva na Rede Paraíba de Comunicação?
2. Como a implantação do Núcleo Integrado Esportivo afetou a cultura profissional, visto que se produz conteúdo para diferentes plataformas?
3. Como as regras, códigos e concepções de cada veículo são passadas para os integrantes do NIE?
4. Os aspectos culturais afetam as rotinas do Núcleo Integrado Esportivo? De que forma isso ocorre?
5. Para criar e manter a cultura, as concepções, normas e valores devem ser afirmados e comunicados aos membros de uma organização. De que forma, a cultura profissional é repassada aos integrantes do Núcleo Esportivo Integrado?

APÊNDICE D – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE 1

Entrevista 1 - Realizada em 4 de março de 2015

Perfil: Jornalista, sexo masculino, 21 anos. Produtor esportivo na TV Cabo Branco

P: Formação profissional

R: Fiquei 2 anos e 9 meses como estagiário e me contrataram em agosto passado. Me contrataram seis meses antes de me formar. Logo no meu primeiro ano, eu fiquei no setor de jornalismo na TV. Eu fazia a ronda, logo que eu chegava, às 5h30. Era responsável por fazer a ronda, ligar para delegacias, hospitais, bombeiros, polícia rodoviária federal, para ver se tinha algum registro, alguma ocorrência policial durante a madrugada. Depois, pela manhã, era mais a questão de produção de pautas para os telejornais e depois, no meio do dia, ainda tinha outra segunda ronda para ver se estava acontecendo alguma coisa. Logo quando eu cheguei, não havia o WhatsApp, que hoje é mais flexível porque muitas pessoas ficam sabendo ali instantaneamente o que está acontecendo, há três anos atrás não tinha isso. Hoje eu vejo o pessoal geralmente, fazendo ronda, mas essa ronda do meio do dia já não fazem mais, porque tem o WhatsApp, essas coisas, e tem os grupos policiais, e aí o pessoal fica sabendo das coisas. Aí, não perde uma pessoa fazendo ronda, e pode fazer outras coisas.

P: Como foi sua formação na universidade?

R: Eu tinha vontade de fazer jornalismo desde novo. Comecei a fazer webradio na internet como se fosse FM com uns 13 anos, 14 anos. Minha mãe dizia que eu ficava feito um louco, só gritando no quarto. A partir daí, surgiu a vontade de fazer jornalismo. Ai eu tentei na UFPB, mas não passei. E aí foi quando a gente viu um outdoor que estava para abrir um curso de Jornalismo na Maurício de Nassau. Aí eu fui, fiz o vestibular e entrei. Aí no começo eu fiquei muito empolgado, porque, antes de começar as aulas, eu falei com a orientadora Patrícia Monteiro, a nossa turma era turma pioneira. Ela disse que poderia dar certo, mas ao mesmo poderia não dar por ser a primeira turma, mas que ela confiava muito nisso. No primeiro período, a gente não vê tanta disciplina prática, era mais teórica e ficava naquela ansiedade para poder ver disciplinas práticas. Em si, acho que hoje a universidade é um pouco diferente do mercado, na Nassau não, pelos comentários que eu vi da UFPB, a UFPB é muito teórica, não tem como é que é o dia a dia na redação. Muitas vezes, as pessoas ficam até perdidas, mas acho que na Nassau a gente conseguiu ver um pouco disso, porque os professores eram professores que estavam no mercado, a gente fez muita visita técnica em vários sistemas de comunicação, tanto TV como rádio como jornal impresso para poder vivenciar como era o jornalismo em si. Acho que foram várias experiências bacanas.

P: Você acha que a formação que você teve na universidade contribuiu para o que você faz hoje?

R: Acho que ela contribuiu em parte, mas fico assim até meio receoso para dizer, porque como eu entrei no mercado muito cedo, entrei no segundo período, e eu ainda não tinha visto disciplina prática, pode ser que eu tenha aprendido assim no dia a dia, então quando eu cheguei no período que era para ver telejornalismo, por exemplo, que foi no sexto período, como eu já sabia daquilo, que já estava vivenciando aquilo ali dois anos atrás, acho que aquilo para mim pode ter ficado mais fácil e eu não consigo tentar discernir se aquilo dali era uma novidade pra mim, o que eu estava vendo na faculdade, ou se era porque eu já sabia por causa da televisão.

P: Você só trabalhou na Rede Paraíba de Comunicação até hoje?

R: Foi, mas antes de eu entrar, cheguei a fazer alguns textos para um portal, só não lembro o nome agora, cheguei a fazer algumas matérias de política para um portal, mas não fiquei muito tempo lá não.

P: Juntando o período de estágio foi quanto tempo até agora?

R: Três anos e três meses.

P: E como você chegou ao esporte?

R: Quando terminou meu primeiro ano de contrato, acho que eles não iam renovar, mas eu sempre fazia pautas para o esporte. Quando eu entrei lá na redação, a chefe de produção que na época era Mariah, ela me colocou, me deu essa missão de ficar fazendo pautas também para o esporte, de ser produtor de esporte, mesmo sendo estagiário. Aí eles não iam renovar meu contrato e Expedito disse que queria que eu ficasse no esporte. Aí foi quando eu fui chamado para ser estagiário apenas do esporte. Conseguiram abrir mais uma vaga lá e eu fiquei como estagiário só de esporte. Aí foi quando eu comecei a produzir também matérias para o *Globoesporte.com*. Ele (*Expedito Madruga*) me disse: Lucas você ainda está muito novo ainda, mas a gente vai tentar ver se dá certo você produzir matéria para o *Globoesporte.com* também. Produzir tanto para a TV, mas também matérias para o *Globoesporte.com*. E graças a Deus deu certo.

P: Quando você fala produzir matérias para o *Globoesporte.com* é apurar e redigir o texto?

R: Isso. Apurar e redigir o texto, escrever matéria que vai para o portal normal, além da produção da TV.

P: Você fazia a pauta da TV e aproveitava e fazia para o portal. Fale um pouquinho sobre isso.

R: Às vezes até o pessoal, os próprios colegas da empresa ficavam mexendo, tirando brincadeiras, porque quando eu chegava lá, chegava com microfone, com bloco, com a câmera, porque tinha de fazer as sonoras para a TV, tinha que depois tirar as fotos pro portal, aí depois eu tinha que ver o que estava acontecendo no treino para fazer a matéria para o portal e ainda tinha de fazer o texto da TV, o off da TV, que são textos distintos, né, são linguagens diferentes.

P: E você conseguia fazer isso?

R: Às vezes eu ficava meio apertado, mas tinha que dar um jeito, e às vezes até chegava um pouquinho atrasado na faculdade, mas eu queria deixar tudo pronto. Primeiro eu fazia o do site, do portal, como é imediatismo, quanto mais rápido a matéria tivesse publicada melhor. Depois que eu terminava o do portal, é que eu ia escrever o texto da TV que eu já estava com uma base. Geralmente quando eu faço, eu faço a mesma sonora que eu gravo para o portal para ter uma noção, aproveito e ouço depois para a TV. Eu gosto de deixar a sonora decupada, eu faço o texto da TV já com a sonora decupada, até já para facilitar para o editor de imagens, porque às vezes entra uma sonora que não era aquela que o repórter queria para poder colocar no VT. Eu prefiro já deixar decupada porque ele já sabe qual é a ideia que eu quero passar.

P: Você foi um dos primeiros a começar a trabalhar com esse perfil mais polivalente.

R: Kako, apresentador do Globo Esporte, teve essa experiência. Ele era apresentador da TV e passou um período no portal, mas depois saiu, mas eu acho que de estagiário até ser contratado, eu fui o primeiro.

P: Você acha que isso fez com que outras pessoas passassem a trabalhar dessa forma?

R: Eu acredito que sim, tanto que a gente tem hoje um outro estagiário, que é o Amauri. Ele produz também para a TV e às vezes produz para o *Globoesporte.com* também. Geralmente não ao mesmo tempo tanto, porque na maioria das vezes no horário da manhã tem repórter. Ele fica mais na redação pela manhã. Ele não sai muito. Às vezes ele faz só para o *Globo esporte.com*. Às vezes tem um treino pela manhã, por exemplo, um treino do Botafogo, aí não deu para o estagiário ir porque ele ficou ajudando na redação, coisa assim, aí quando o pessoal chega da rua, ele vai lá, ouve a sonora que foi feita com o técnico, por exemplo, e lá ele transcreve para fazer a matéria. Como a gente tem muita imagem de arquivo no *Globoesporte.com*, no banco de dados, utiliza uma foto de arquivo mesmo.

P: Fale-me sobre a sua concepção de convergência jornalística

R: Eu acho que isso hoje em dia, essa questão da convergência está pegando muito. Isso foi até tema de uma discussão em sala de aula. O ex-presidente do Sindicato dos Jornalistas estudava na minha sala. E uma vez Maurício foi dar uma palestra lá, Maurício Melo que hoje é comentarista do Bom Dia Paraíba, na época ele era editor do G1, aí Maurício falou essa questão da convergência e citou até meu exemplo, que aproveitava, por exemplo, o funcionário da TV para fazer matéria do portal também. E tiveram um pequeno bate-boca porque aquela minha vaga, como produtor da TV, e a outra do portal poderiam estar sendo utilizadas para outro jornalista, outro estagiário. Pra mim, acho que é um aprendizado muito válido, pode ser que, no futuro, eu possa me importar com isso, de estar fazendo as duas coisas ao mesmo tempo e com uma remuneração apenas. Mas eu acho que é muito legal porque foi uma oportunidade que eu tive de poder conhecer outro veículo, que a TV é uma coisa totalmente diferente do portal, né? Acho que a moda atualmente é essa, de vários profissionais... Essa redação integrada, acho que funciona mais também porque, pelo que eu vejo, assim as redações acho que sei lá, acho que é muito separado, às vezes as redações da TV não têm tanto contato com o pessoal do portal. Acho que falta isso ainda. A gente trata como jornalismo e como esporte, até parece que esporte não é jornalismo. Com o pessoal do jornalismo, acho que falta muito esse contato com o pessoal do portal, do jornal. Claro que o jornal vai querer trazer uma matéria exclusiva, a TV vai querer trazer uma matéria exclusiva, mas acho que falta esse contato, acho que várias, mais cabeças pensantes poderiam trazer um resultado quem sabe bem melhor. Porque a minha ideia, diferente de uma pessoa que está lá no jornal e que talvez não tenha tido experiência na TV, mas aí acho que dialogando todo mundo poderia trazer um resultado bem melhor, para um conteúdo bem melhor, já que teria mais pessoas pensando, até por ser da mesma empresa também.

P: Hoje você como produtor continua fazendo matérias para a TV e para o portal também?

R: Continuo, fazendo matéria para os dois. Um caso mesmo foi semana passada, na sexta-feira, teve um treino do Botafogo, aí eu fiz matéria para o portal e para a TV também.

P: E para o jornal impresso, você produz alguma coisa?

R: Para o jornal impresso, geralmente eles aproveitam muitas pautas do *Globoesporte.com* também. São pautas que no outro dia ainda estão novas, matérias que saem no final da noite, no

fim da tarde, e que dá para aproveitar para o outro dia, só faz algumas alterações e o editor mesmo é quem faz isso, raramente é que faz uma matéria exclusivamente para o jornal.

P: Para você, o que é um jornalista polivalente?

R: Se for levar em termos de consideração, é aquele jornalista que faz muita coisa, essa questão mesmo da convergência de várias mídias. Mas acho que todo jornalista é polivalente começando pelo salário, né? Porque ele está na ali redação, faz aquilo porque gosta, geralmente muitos fazem por amor, porque a remuneração não é muito assim, nem dentro da realidade, acho que polivalente começa também por aí.

P: Você acha que ter um perfil polivalente, para produzir conteúdo para diferentes plataformas, para diferentes mídias, é o perfil ideal?

Eu acho que se fossem outras pessoas, por exemplo, uma pessoa exclusivamente para TV, outra exclusivamente para portal, outra exclusivamente para o rádio, acho que o material poderia até render mais. Porque às vezes, um exemplo, estou lá a tarde todinha, já fiz aquela matéria do portal, às vezes já estou com a cabeça pensativo porque já tenho outras pendências também, talvez não termine rendendo nem quando for fazer uma matéria da TV, um material que poderia ser uma coisa mais diferenciada, às vezes fica até capenga por causa dessa quantidade de coisas, de atribuições que a pessoa tem de fazer.

P: Quando eu apliquei o questionário com as pessoas do núcleo, a maioria das pessoas disse que era favorável que o jornalista tivesse um perfil polivalente. Você acha que isso ocorre por adequação ao mercado ou parte do próprio jornalista?

R: Eu acho que é porque o mercado exige, porque às vezes é cansativo. Eu sempre tenho a concepção de que tenho, deixa eu ver como eu posso dizer, de que eu tenho de estar fazendo, tenho de estar buscando, querendo um algo mais, como se fosse o primeiro texto, não como se fosse o primeiro texto, porque sempre o primeiro texto da pessoa como jornalista não vai ser bom, mas como se fosse a primeira vez que eu estivesse entrando numa redação, assim, nunca deixar de perder aquela vontade, às vezes quando a pessoa entra, tem de dar o gás máximo, mas acho que esse gás máximo eu tenho de dar diariamente, muita gente está tentando se encaixar ao mercado com essa questão de polivalência, com essa questão de integração de mídias, que é essa nova moda, vamos dizer assim.

P: Você acredita que os jornalistas devem ser “universais”, com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria?

R: Eu acho que variar um pouco às vezes é bom, porque você não fica só com o esporte, por exemplo, mas ao mesmo tempo se você não ficar cobrindo aquela editoria diariamente, você pode ficar perdido. Acontece muito isso, por exemplo na TV. Tem repórter que não faz esporte todo dia na TV. Ele não acompanha todo dia. Quando ele chega numa matéria de treino, por exemplo futebol que é o carro-chefe, ele fica perdido; porque não vem acompanhando, não sabe o que está acontecendo. Às vezes a fonte não conhece ele, não sabe nem quem é ele, diferente de uma pessoa que cobre diariamente aquele assunto. É uma faca de dois gumes, é bom você variar, mas ao mesmo tempo, variar para não ficar só naquela área, porque pode ser cansativo ficar em uma só editoria, mas você perde porque você tendo sempre aquela mesma pessoa fazendo aquela editoria, você vai até ganhar um pouco mais de confiança, você pode conseguir uma matéria exclusiva, até pela amizade entre aspas que você tem com ele, ele vai lhe privilegiar com uma informação boa.

P: Qual a sua concepção de redação integrada?

R: Eu confesso que eu não tenho um conceito formado sobre o que é redação integrada, mas acho que deveria ser com todos os veículos juntos, até mesmo para a troca de ideias entre os profissionais, acho que poderia render até bem mais, toda a redação junta na mesma sala. Até a conversa poderia fluir melhor, como uma sugestão de pautas, um exemplo, saber qual é uma pauta que o jornal está fazendo hoje, que poderia render para a TV também, que poderiam os dois veículos saírem juntos com a matéria. Não a TV dar o furo no jornal ou o jornal dar o furo na TV. Acho que esse diálogo falta. Por exemplo, uma matéria exclusiva do jornal; o jornal dá a matéria primeiro, mas o jornal sai logo cedo, e a TV poderia trazer o material na hora do almoço, por exemplo, e até citar que era uma informação exclusiva... feita pelo *Jornal da Paraíba*. Acho que falta muito assim esse diálogo de uma redação integrada.

P: Você sabe o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar esta experiência de integração de redações?

R: Não

P: Você sabe se projeto de integração do NIE é inspirado em outros modelos?

R: Também não

P: Você sabe por que a editoria de Esportes foi escolhida como projeto piloto de integração de redações na Rede Paraíba de Comunicação?

R: Também não soube não, mas Expedito, por exemplo, que é editor-chefe, já era chefe no jornal e na TV. Acho que eles quiseram conciliar os dois cargos. Acho que eles quiseram tentar fazer uma experiência para ver se dava certo, o esporte era mais flexível para poder ter essa experiência, para poder ver se dava certo ou não.

P: Em que estágio a integração se encontra atualmente no Esporte?

R: Eu acho que a cada dia a gente vai evoluindo mais, porque o diálogo se torna mais frequente assim entre, entre portal e a TV. Por exemplo, discutem pautas. Uma pauta como essa questão da integração de mídia do jornal, poderia sair junto com a TV, porque o portal é mais imediato, então a gente pede para o portal segurar a matéria, uma matéria que a TV também tenha feito, uma matéria que seja legal, porque no portal a gente tem a opção de colocar o vídeo que também saiu na TV, então a gente: “Ó, vamos dar uma segurada para sair junto com a TV”, para não ficar só a matéria do portal, para não pensar que a gente está só copiando o portal, acho que existe muito esse diálogo da equipe; um ouvir o outro para tentar a chegar a um acordo.

P: O que você acha que precisa melhor para considerar a equipe 100% integrada?

R: Colocar numa redação junta. Acho que essa questão de estar separada ainda não é... Acho que deveria ter uma... Principalmente o esporte. Na Globo Nordeste, por exemplo, eles têm uma redação em conjunto, tanto TV como o site. Acho que funcionaria melhor. Por exemplo, às vezes estou fazendo uma matéria da TV e tenho uma dúvida, mas como só tem na TV apenas eu, tenho que me levantar da cadeira, sair da redação, para poder me deslocar pra outra, se a gente estivesse junto poderia até ser mais rápido.

P: Em relação a fazer produtos diferenciados, você acha que um só repórter deveria fazer duas matérias diferentes?

R: No meu caso, eu teria que fazer três matérias diferentes, acho que nem daria tempo, eu faço duas já com o tempo corrido. Acho que para fazer três, seria muito complicado para uma pessoa só.

P: Você acha que quando o profissional tem de desempenhar mais de uma função, tem prejuízo para o jornalismo?

R: Tem porque ele não está dando oportunidade para outra pessoa.

P: E para a qualidade do produto?

R: Se ele tiver um tempo suficiente para poder fazer o material, acho que não, agora se for corrido assim, um exemplo, a carga horária são de seis horas. Geralmente os treinos de futebol acontecem de 4h, ou seja, eu fiquei de uma até 4h produzindo outra coisa, aí eu não tenho como adiantar o material do treino porque eu não tenho como prever o que vai acontecer no treino, só quando chegar lá. O treino começa 4h e termina de 5 e meia. Aí ainda tem o deslocamento da TV e vou chegar de seis. Aí, tipo, eu tenho de fazer duas matérias em uma hora e meia. Acho que com essa correria prejudica um pouco. Se tivesse outro profissional, em uma hora e meia eu poderia me dedicar a só uma coisa. De certa forma, estou tirando (*vaga de outra pessoa*), porque eu poderia estar fazendo uma coisa e ele outro.

P: Qual é a sua rotina?

R: Quando eu comecei no primeiro ano meu estágio, eu fazia pautas normais do factual e pautas para o esporte, mas ainda não produzia para o portal. Aí no segundo ano do meu estágio, quando eu comecei a fazer apenas pautas de esporte para a TV e comecei a fazer matérias para o portal. O portal já estava no ar há um ano e pouco. De lá para cá, não teve muita mudança não, teve a questão do amadurecimento.

P: As mudanças implantadas no NIE tiveram algum reflexo nas rotinas de produção do jornal como um todo?

R: Acho que ele facilitou, como tem as matérias do portal e existe essa questão do aproveitamento das matérias, acho que isso ajuda. Como tem mais outras pessoas produzindo, pode ser aproveitada também no jornal, ao invés do editor inda ter que ir atrás, apurar e tudo, ter que escrever, acho que contribuiu.

P: Qual a infraestrutura oferecida pela Rede Paraíba de Comunicação hoje para a prática do jornalismo polivalente?

R: A redação de esportes tem um celular, que é do G1 e eles cedem, já que é a redação do G1 e do GE, já que a gente tem um grupo de *WhatsApp*, aí eles narram e já facilita muito, tem a questão da câmara para poder tirar as fotos, que é o jornalista que tira as fotos. Acho que é suficiente, não teria tanto o que acrescentar.

P: Como é a sua rotina de trabalho no Núcleo Esportivo Integrado?

R: Meu horário é de uma às 7h. Eu chego de uma hora e vou ver o que aconteceu durante a manhã, se ficou alguma coisa pendente, se precisa fazer alguma coisa. Aí vou produzir as pautas da manhã. Na terça, quarta e quinta pela manhã, faz essas pautas como o surfe, vôlei de praia,

algum esporte de academia, e à tarde faz futebol, de segunda à sexta é mais futebol. Dependendo da matéria, vou com o repórter da TV e faço para o portal. Tem a produção de pauta, já edito alguma coisa para o Bom Dia Paraíba do dia seguinte, para não ficar muito corrido. Se eu fui para a rua, se não deu para fazer no mesmo dia, no outro dia eu faço o *off* da matéria que ficou faltando.

P: Você é quem toma a iniciativa ou você é pautado por Expedito ou Phelipe Caldas?

R: Às vezes eu tomo a iniciativa, que eu vejo que é uma pauta legal, comento, digo que tem a pauta e que vou atrás, e outras vezes eles pautam.

P: O Núcleo Integrado Esportivo dispõe de algum software que contribua para o processo de integração?

Não, mas na TV tem, que a gente chama de capa de pauta, por exemplo, para saber qual o horário da equipe do esporte, que às vezes tem mudança. Tem o *EasyNews* e a capa de pauta no Word, que lá tem a pauta, a retransca, quem pautou, quem é o repórter que vai fazer, qual o horário, qual o horário da segunda pauta, que geralmente o repórter faz duas pautas por dia.

P: Quais são as regras e concepções definidas pela direção de jornalismo para a cobertura esportiva na Rede Paraíba de Comunicação?

R: Eles me deram muitas dicas, não me deram uma cartilha, mas me deram dicas de como fazer, a maneira ideal. Quando eu errava, a chefia de produção me chamava e dizia: “Olha isso não está correto, o correto era assim”. No portal também, no começo eu me confundia muito com o *lead*; às vezes o *lead* que era para estar no primeiro parágrafo, eu colocava no meio da matéria. Quando eu comecei a fazer matéria para o portal, ainda não tinha visto na faculdade.

P: Como a implantação do Núcleo Integrado Esportivo afetou a cultura profissional, visto que se produz conteúdo para diferentes plataformas?

R: O relacionamento fica mais saudável porque a gente está tendo aquele contato ali, um contato mais frequente. Às vezes sugere pautas, senta pra conversar, trocar ideias. Acho que acontece mais essa troca de ideias da TV para o portal do que do portal para a TV. Acho que é raro o caso de quando alguém do portal chega e sugere algo para a TV.

P: Como as regras, códigos e concepções de cada veículo são passadas para os integrantes do NIE? De que forma que isso é passado para os integrantes do núcleo.

Quando esse estagiário que está hoje na TV ele era do portal.

APÊNDICE D – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE 2

Entrevista 2 – Realizada em 28 de fevereiro de 2015

Perfil: Jornalista, sexo feminino, 25 anos. Repórter do Globoesporte.com

P: Como foi sua formação na universidade e de que forma essa formação contribuiu para o exercício de sua profissão?

R: Como eu me formei na UFPB e a UFPB costuma ser mais teórica e mais crítica, então acho que de forma técnica contribuiu muito pouco. Porque eu vim aprender mesmo a fazer matéria, a apuração, no mercado. A UFPB nesse sentido, acho que, de zero a 10, ajudou em 2. Em relação à crítica, a entender o jornalismo, a comunicação em si, acho que foi primordial, eu diria. Acho que cumpriu seu papel como universidade, de fazer pensar o jornalismo, o que deve, nem certo e errado eu também gosto de dizer, mas o que deve se aproximar do que a profissão exige, da nossa função social de jornalista. Nesse aspecto, contribuiu no que precisava, em ser crítica; tentar fazer a melhor forma do jornalismo, mas em relação à parte técnica, foi do mercado.

P: Você fez algum curso de pós-graduação?

R: Eu comecei um curso de pós-graduação, fiz todas as aulas, mas não entreguei a monografia e depois desisti. Eu fiz de Mídias Digitais e Convergência, só que o curso era muito ruim, o que eu aprendi eu aprendi por fora, então como eu li, eu aprendi um pouco da teoria de mídias digitais e convergência.

P: Há quanto tempo você trabalha no grupo?

R: Eu rodei bastante, apesar de estar formada há dois anos só. Comecei estagiando no Banco do Nordeste, mas lá era muito tranquilo, até porque a gente não produzia exatamente, eu que tentava produzir material, mas era para público interno, ficava ligando para divulgar as ações do banco para divulgar para o próprio pessoal. Passei um mês no portal da Master, que era de Política, só que não fiquei muito tempo, aí trabalhei como produtora de policial da TV Arapuan. Ainda cheguei a trabalhar quase um mês na TV Clube, mas eu não fiquei lá muito tempo, era muito ruim, a carga horária, o trabalho e tal, a estrutura. Aí tentei me arriscar no *Correio da Paraíba*. Aí fiquei lá por dois meses ainda. Tirei férias um mês, aí fui contratada, mas fui demitida. Fiquei dois meses ainda no *Correio da Paraíba*, depois fui demitida porque investiram R\$ 11 milhões na TV e começaram a enxugar o jornal e esse processo segue hoje, continuam enxugando o jornal de uma forma até dura demais. Na minha época eram 12 repórteres, não davam conta do recado, e hoje são seis que eu imagino que dão menos ainda. A equipe de Cidades foi reduzida à metade. Mas, na mesma semana por sorte, fui convidada a trabalhar no Ministério Público. O procurador disse: “Você tem uma voz bonita. Quer trabalhar no ministério Público?” Eu achei engraçado, mas era sério. Fui para lá, trabalhei na assessoria de imprensa, ele que era presidente de um órgão nacional, me puxou e eu fiquei com as duas assessorias. Trabalhava horário integral, mas fazia duas assessorias; uma vez por mês ia para Brasília. Foi uma época fantástica, época da PEC 37, um momento mais massa da minha carreira foi estar lá no Congresso na época da votação da PEC 37. Foi fantástico, me proporcionou um aprendizado fantástico. Quase ninguém sabe o que o Ministério Público faz, o que não faz, o que é da competência dele, então em cinco ou seis meses, eu aprendi qual é a função do MP, que eu vejo ninguém sabe, aí arranjei a assessoria da associação dos promotores e estou lá até hoje. Aí quando foi no ano passado, Cadu me indicou pra um “freela” do GE e a partir desse “freela”, surgiu um outro “freela” para prestar serviço e depois fui contratada, então faz mais ou mesmo um ano de GE. Já é uma boa experiência.

P: De que forma essa experiência, esse caminho que você percorreu contribuiu para o seu trabalho hoje?

R: Contribuiu para ver de uma forma mais ampla. Porque, por exemplo, eu estava lendo, mas escutei parte da entrevista de Cadu. Cadu, como ele mesmo diz, a experiência dele é um pouquinho mais voltada para o online, bastante voltada para o esporte... Então, quando a gente discute, eu percebo que ele enxerga muito do ponto de vista do esporte. Acho que quando você está muito ou numa função, ou numa editoria, tudo é muito do ponto de vista daquilo, você não tem outras experiências para comparar. Então quando a gente debate e tudo mais, ele tem isso de “só essa redação, só aquelas pessoas”, eu vejo, e talvez seja da minha personalidade que eu sou mais pessimista... Às vezes, eu acho Cadu muito ingênuo, por exemplo, de não ver a realidade do jornalismo, ou ele não vê como funciona em outros lugares, então, me ajuda a ser um pouco mais pé no chão. E entender que a gente enquanto jornalista está errando nisso, aí eu olho, mas isso não é o principal erro, talvez seja o principal erro pensando da empresa, pensando do Globo Esporte, pensando na marca, mas na minha ideia a gente está pecando talvez como produto jornalismo e não como produto da empresa. Aí quando você passa por tantas empresas, você não veste tanto, acho, que a camisa de uma forma tão assim. Na Arapuan, eu era estagiária prestes a ser contratada. Eu cheguei a trabalhar de graça um mês aí, eu estava para ser contratada, um cara entrou com um processo, a empresa saiu demitindo um monte de gente, eu ia me formar e me ofereceram a voltar a trabalhar de graça, eu tive de dizer não. Eu fui pra Clube, eu como jornalista formada, tinha de trabalhar sete horas, me obrigavam a tirar uma hora de almoço, porque ninguém pode trabalhar sete horas corridas, eu recebia R\$ 1.200 que no final virava R\$ 900, para fazer matérias, eu tinha de fazer três pautas por dia se surgisse um factual, caíam duas, todos os dias. Eu fui pro Correio, que investiu R\$ 11 milhões na TV e teve um certo momento que eu fui demitida porque não tinha mais como pagar, seis pessoas foram demitidas e seis pessoas trabalham com a corda no pescoço. Eu fui para o Ministério Público e tava lá enquanto o chefe era o que me colocou, quando ele saiu, eu fui exonerada. E quando você fala “Olha estamos pecando nisso, precisamos melhorar nisso” e todos os argumentos deles, eu acho muito pró-empresa eu sou jornalista e quero argumentar em prol do jornalismo. Eu não vou me matar pela empresa. Quando a gente pensa na empresa e não no jornalismo a gente erra duas vezes mais. Passar por outras empresas, faz você pensar “poxa, eu sou o quê? Eu sou só um peão no tabuleiro. Eu sou praticamente nada. Eu não quero fortalecer a empresa, eu quero fortalecer o jornalismo. Acho que rodar muito faz você pensar nisso. Aí você vê sua situação, que às vezes é uma merda, e vê a situação de outras pessoas que passaram por coisas piores também. Ficar num lugar só parece que tudo é muito bonito eu acho tudo horrível.

P: Fale-me sobre a sua concepção de convergência jornalística.

R: Como eu fiz mais ou menos a especialização, eu tenho mais ou menos uma ideia e não tenho. Porque na teoria ela existe, mas na prática eu nunca vi. Porque na teoria é que existam formas diferentes de dar o mesmo tipo de notícia. Você tem que ter, que era o que já funcionava, pro jornalismo impresso, você tem um tipo de texto, pra TV um tipo de texto, pro portal um tipo de texto e os textos se ligarem entre si.... Então se a gente vai dar uma matéria na TV, a mesma matéria vai ser dada, não só a linguagem muda, mas a gente também tem que dar recursos; no portal eu posso colocar vídeos, trechos de entrevista, pode colocar coisas que a TV e o impresso não podem. E aí tem que ligar. Mas eu não vejo isso acontecendo, como eu posso dizer isso, são complementares. Aqui a gente faz o seguinte: Expedito é a pessoa que faz TV, online e impresso. Porque eu acho que não é convergência? Porque praticamente só faz alterar a linguagem, o texto

do jornal é o nosso texto que troca “neste domingo” por “ontem”, “nesta segunda” por “hoje”, então não está exatamente completando. São as mesmas informações, mas só com linguagens diferentes, feito por menos pessoas para economizar dinheiro da empresa. Então, não é convergência, é uma palavra bonita. Ninguém naquela redação é especialista em nada. Quando Cadu fala assim: “A gente tem funções, a gente faz coisa para a TV”... A gente não faz coisas para a TV, a gente pega um microfone e entrevista alguém porque tem de entrevistar. A gente não produz conteúdo para o jornal, a gente produz conteúdo para o portal e, a partir desse conteúdo do portal, Expedito, é como se ele fizesse assim, vai separando as páginas. Quando eu aprendi, quando eu li, a convergência era algo que, primeiro tem que ter um pouco mais de interatividade. Não existe isso de a gente produz e vê a resposta. Falta um pouco de rede social no Globo Esporte. Quem faz isso é o pessoal da TV e a gente é um pouco escanteado nesse momento. A gente não tem espaço. Por exemplo, Phelipe fez uma matéria que aí me pareceu mais convergência, mas isso é uma vez no ano perdido. Foi 35 anos da travessia de Kay France. Phelipe foi, fez uma entrevista com ela na praia, pesquisou, trouxe um acervo do jornal, fez a matéria, fez um vídeo que foi editado por Ricardo, teve toda uma produção e quando isso foi ao ar, teve uma coisa para a TV, aí foi complementar ao site; o jornal só reproduziu, acho que o jornal poderia ter trazido em forma de pingue-pongue. Só que no final, gastou-se muito tempo. A gente não tem equipe, a gente não tem tempo, e a gente não tem estrutura para fazer convergência.

P: O que você considera como um jornalista polivalente?

R: Ah, esse conceito vem desde a faculdade, que é aquele que faz tudo, é o jornalista que filma, que tira foto, que faz entrevista, escreve o texto, que edita a página. É fazer um pouco de tudo.

P: Você acha que ter um perfil polivalente, com produção de conteúdo para diferentes plataformas, é o ideal para a profissão de jornalista, para o jornalista?

R: Hoje é o ideal, mas eu acho péssimo pro jornalismo. Essa coisa de especialista em generalidades e tudo mais, eu nunca gostei muito disso. A gente já tem essa “faminha”. É o discurso da faculdade que vem para o mercado. Acho que quando você faz muita coisa, alguma coisa não fica tão bem, alguma coisa passa. Por exemplo, a gente faz isso. Eu vi Cadu falando que a gente tem essa preocupação. E aí, a gente dá prioridade a um, dá prioridade à TV? Dá prioridade ao portal? A gente faz entrevista pra quem? Eu vou ao campo e estou cada vez mais perdida, eu sinto e às vezes me acho um lixo profissional. Às vezes, chego em casa: deixei de fazer um monte de coisa. Cadu tem muito isso: “Ah a gente poderia ter feito um trabalho melhor”. Hoje já desencanei, mas antigamente tinha muitas discussões com ele. Quando eu tentava fazer de um tudo, saía as coisas pela metade e ainda tinha de ouvir dele: “Ah, você poderia ter feito isso e isso mais”. A gente vai a campo, com celular nosso e o celular da redação. E é recomendado que a gente tire foto com um porque o 3G é mais rápido e vá dando informações do jogo pelo telefone. Você leva uma máquina também. Então, você vai com caneta, papel, um telefone, outro telefone, e uma máquina aqui. Você tira foto do jogo, você tira foto com celular para mandar na hora porque tem um TR feito na hora, você tem que alimentar o TR com informações e fotos, você tem que prestar atenção que depois vai ter a repercussão e você tem que fazer perguntas para vários jogadores. Você ainda tem que se preocupar, que no final de tudo, além do seu telefone, para... você tem de pegar entrevista para o portal, ainda tem a TV descendo para você pegar imagens. Então eu me pergunto: como isso pode ser bom? Como é que tou fazendo bem ao jornalismo se eu tenho que tirar foto, mandar informação, tirar foto pra depois, tira foto pra hora, eu, tem momentos em que, já aconteceu de ter de pendurar a câmera

para não cair, mas meu celular já caiu no chão, o celular da redação já caiu no chão. Eu perco a caneta, vou procurando encontro a caneta... É...o que se fala é: “Vamos tentar fazer mais rápido, vamos tentar melhorar isso”. Melhorar pra quê? Era para ter, na minha opinião, um fotógrafo, para eu não me preocupar com foto. Ou eu sou repórter fotográfico, ou sou repórter de texto - então não era para eu me preocupar com as duas coisas - , uma terceira pessoa para fazer o jogo em tempo real, outra pessoa pra TV. Então assim, a convergência aqui ela é usada para explorar. Porque não é convergência. Uma pessoa fazendo várias coisas não é convergência. Você precisa de várias pessoas, para fazer várias coisas, cada uma desempenhando uma função, porque eu acho que não sai bom. Estão diz a gente está pecando nisso, está pecando naquilo, a gente está pecando porque não tem equipe, porque não tem estrutura... Eu não vou pagar para fazer um curso de foto, para poder a empresa, para ser a melhor repórter da empresa... Até porque eu não vou receber mais por isso, eu vou fazer tudo isso e vou ganhar o mesmo salário.

P: No questionário, a maioria concordava que o profissional tem de ter um perfil polivalente. Você acha que isso é uma forma de o mercado reagir às exigências do mercado. Com medo de ficar sem emprego?

R: Ninguém quer ficar, você sabe como o mercado é instável. A gente sai para o mercado naquela coisa de precisamos de emprego, principalmente quem é novo. Hoje eu acho que não fico mais desempregada. Hoje eu conheço gente na Arapuan, gente na Clube, gente na Correio eu tenho que é o que é sempre... o... Quem Indica, “Eu conheço o trabalho dela, eu sei como é...”. Então eles pensam: “Se eu perder esse emprego, como é que vai ser?” Se eu perder o emprego, penso logo vou arrumar outro e as condições de emprego serão as mesmas coisas. Aqui ainda é muito bom, na Cabo Branco. Os jornalistas estão adotando o perfil polivalente para não perder o emprego e para ser lembrado também quando chegar o momento de ou promoção, ou ascensão, você não vai ser convidado a ser repórter ganhando mais, a não ser que seja de TV e olhe lá. A gente quando pensa nisso é ou para segurar emprego ou para conseguir emprego. Ou para conquistar um mínimo de ascensão. Parte da gente mesmo, ah, eu quero ter uma experiência nova. É legal às vezes pegar uma sonora pra TV, sei lá um dia poder fazer um *off* pra TV, eu queria poder fazer isso se fosse interesse meu. Mas aí você pensa, vai ser isso e vai ser mais uma função para eu ser explorado. Às vezes meu pensamento é esse: eu vou aprender a fazer mais alguma coisa, para fazer uma vez ou outra quando tiver vontade, porque a gente gosta de variar o cardápio. É bom tirar foto às vezes, mas não todo jogo; é bom fazer TR às vezes, mas não ter de fazer TR, fazer isso e fazer aquilo. É bom ter como variar, mas no final em vez de fazer uma vez ou outra, vai fazer tudo de uma vez.

P: Você acredita que os jornalistas devem ser “universais”, com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria?

R: Eu entendo jornalista universal de uma forma diferente. Eu acho que é bom ter experiência em cada ponto. Eu queria escrever para rádio. Sei escrever para jornal, sei como funciona o texto de jornal, sei escrever para portal, já trabalhei como produtora de TV, mas não como editora, acho que é bom saber cada coisinha dessa, mas se for para o bem do jornalismo e não para o bem da empresa. Eu não quero ter de aprender para poder lá na frente obrigar o meu colega a... ele vai ser obrigado a fazer tudo isso. Ele não vai ser um bom profissional se for fazer o que ele não gosta. Quem não quer saber um pouquinho de tudo?

P: Qual sua concepção de redação integrada?

R: Eu acho que a do GE até consegue fazer mais ou menos isso, de conversar entre si, de a gente saber o que cada um está produzindo. Então a minha noção é essa da gente conseguir, mesmo que não dê sempre, até a gente tentou fazer uma tabela, Larissa veio com essa ideia, mas estou tentando recuperar, que é saber o que está se passando, até para a gente não fazer a mesma matéria, também não deixar passar, que às vezes tem tanta coisa acontecendo, e não é nem de levar furo, é de continuar seguindo alguma história. São muitas cabeças que sabe, cada um, um pouco de cada coisa e a gente vai tocando experiências, então eu acho a ideia de redação integrada muito legal.

P: Você sabe o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar esta experiência de integração de redações?

R: Não faço a menor ideia. Às vezes eu acho que foi Expedito que começou a fazer de tudo, a coordenar tudo. Para mim, parece que foi mais sem querer do que querendo. Tinha alguém que, para diminuir custos, você corta repórter do jornal, usa os textos da internet e aproveita que o chefe que faz as mesmas coisas tá ali e bota ele na redação, parece que foi mais ou menos assim, vai indo, não parece planejado. Parece que já tava e já que está... “vamos chamar de núcleo integrado”. A gente nem sabia que existia um núcleo integrado, eu acho que foi dito naquela reunião (*da aplicação do questionário*), porque a gente já fazia isso. Eu nunca tinha ouvido falar em Núcleo Integrado de Esportes, surgiu ali. Como Expedito era da TV, do jornal e ficava ali na redação do portal também fazendo, então o tempo todo, então não era feito com Daluane, Daluane era só TV, ela não produzia conteúdo pra gente, ela vinha na redação, dava um abraço pro pessoal e voltava. Lucas, que tinha essa aproximação com Expedito, que vinha muito na redação e que gosta de ter o nome no GE e adora ir pra capa, então partiu dele fazer isso também, “Ah vou fazer matérias”. Então Expedito e Phelipão incentivavam. “Ah, Lucas vai pro treino, então aproveita e faz matéria”. Eu lembro quando começou essa transição, “Ah Daluane não fazia, Amauri vai para a TV, então todo mundo que for contratado... Não parecia projeto piloto, parecia foi acontecendo e vamos dar um nome para isso. Eu ouvi que existia Núcleo Integrado de Esporte, ouvi ali.

P: Em que estágio a integração se encontra atualmente no Esporte? Que aspectos é preciso alcançar para considerar a equipe 100% integrada?

P: Eu acho que nunca vai ser 100% integrado, porque a gente não faz parte fisicamente da mesma redação. Faz uma diferença, não gigantesca, mas faz diferença sim. A gente não tem um parâmetro melhor ou pior na Paraíba. Vai demorar, até porque como não há nenhum tipo de estímulo, a equipe está bem desmotivada hoje. Renata saiu, ela estava há três anos no mesmo cargo e ela não viu nenhum tipo de crescimento. Larissa quer sair porque ela quer fazer mestrado. Eu não vejo a mesma equipe daqui a três anos, como é que vai estar melhor? O cenário é de manter isso, com um pouquinho mais de exploração.

P: Descreva a rotina de produção no Núcleo Esportivo Integrado e procure situar mudanças ocorridas desde o início da implantação do projeto

R: Eu sou mais pessimista porque eu não vi tantas mudanças. Saiu Daluane, entrou Amauri e agora todo mundo está mais unido e mais integrado.

P: As mudanças implantadas no NIE tiveram algum reflexo nas rotinas de produção do jornal como um todo?

R: Nem sei como funciona o jornal, sei que ele vai perguntando o que é que tem. Eu sou completamente perdida nessa convergência, que não é convergência.

P: Qual a infraestrutura oferecida pela Rede Paraíba de Comunicação hoje para a prática do jornalismo polivalente?

Máquina que divide com o G1 – uma que é horrível e uma que é boa. A gente não tem lente; falta material humano, a equipe poderia dobrar que sempre faltaria gente. (...) foi em julho do ano passado a Recife para aprender a editar e cortar vídeo. Quer que a gente seja polivalente? Então nos prepare para ser polivalente! Falta estruturar a equipe, ensinar gramática, ensinar a editar vídeo. Não é aquela coisa, vamos preparar vocês para serem um Núcleo Integrado de Esportes.

P: Como é a sua rotina de trabalho no Núcleo Esportivo Integrado?

R: Ia para jogo à noite, quando não tinha jogo, pegava matéria, vai para a rua se tiver alguma coisa para apurar. Entrevista, fazer matéria, editar página, puxar vídeo do Globo Esporte ou do Bom dia Paraíba para a capa, cadastrar no site e puxar pra capa. Porque a gente não produz para a TV ou pro jornal, eu mesmo só produzo para o portal.

P: Quais são as regras e concepções definidas pela direção de jornalismo para a cobertura esportiva na Rede Paraíba de Comunicação?

R: Existe até um manual de jornalismo do GE, que tem algumas regras, mas não é nada impositivo. Tudo o que a gente trabalha é em cima de recomendação. Recomenda-se que faça isso. Da empresa, recomenda-se que quando a gente vá para o jogo, faça sonoras pra TV. Que a gente tire fotos. Chegue no estádio e tire uma foto do estádio para mandar pra TR. Recomenda-se que quando você chegue, a primeira coisa que você faça é mande as escalações, quem está em campo tem que ter uma relação muito próxima com quem está na redação. Tem gente que pega dois TRs, que eu já vi dois jogos ao mesmo tempo. Tem que fazer assim, tem que fazer assado.

P: Como a implantação do Núcleo Integrado Esportivo afetou a cultura profissional, visto que se produz conteúdo para diferentes plataformas?

R: Muda, mas talvez já esteja natural e você já vai no automático. Apurou tal coisa, então fala para a TV. A gente já sabe o que tem na TV, quando não sabe, tem discussão. Regra: saber o que está acontecendo. A sorte é que *(cita o nome do coordenador do NIE)* é a pessoa central, então é como se ele fosse o nosso sol e a gente fica girando ao redor dele. Então, dá certo porque tem *(cita o nome do coordenador do NIE)*. Pelo núcleo em si não daria certo se não tivesse ele ali não. A gente já está no automático, mas nos outros veículos eu não vejo isso. Eles não fazem ideia do que se passa nos outros veículos, a gente sabe, embora eu não saiba o funcionamento exatamente da TV Cabo Branco. *(cita o nome do editor do GE)* consegue integrar a equipe. Não acho que seja do projeto. Quando alguém novo chega, ele vai aprendendo aos poucos. Essa cultura de integração existe, mas não acho que dá para chamar de convergência. Eu entendo convergência diferente de integração. Estamos juntos, fazemos juntos, sabemos juntos, produzimos juntos, mas o conteúdo é igual, só que em plataformas diferentes. Minha ideia é de convergência é que sejam complementares, não diferentes.

P: Em relação à rádio, a rádio não faz parte desse núcleo integrado, você acha que deveria fazer?

R: Se é núcleo integrado de esporte é tudo. Só que a rádio acaba parecendo concorrente da gente, sem ser. Eu acho que a gente deveria escutar as resenhas da rádio, porque eu não escuto. (...). Rádio tem algo a mais, mas não faz parte da gente.

APÊNDICE D – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE 3

Entrevista 3 – Realizada em 28 de fevereiro de 2015

Perfil: Jornalista, sexo masculino, 32 anos. Repórter do *Globoesporte.com*

Idade: 32 anos

P: Como foi sua formação na universidade e de que forma essa formação contribuiu para o exercício de sua profissão?

R: Primeiro eu tenho duas graduações, antes da de Jornalismo, eu conclui Letras, ainda no Ceará. E vim pra cá para cursar Jornalismo, porque na época não tinha Jornalismo lá no interior do Ceará. E assim, eu acho tanto a faculdade de Letras quanto a de Jornalismo contribuem, até certo ponto, pra desempenhar minha função enquanto jornalista, mas eu acho que me ensinou muito menos do que o mercado de trabalho. Eu acho que a graduação de Jornalismo, especificamente, foi bem defasada, tanto por falta de aulas, falta de professores, má estrutura da universidade, quanto por, porque a relação universidade e aluno era bem distante. Se não tivesse um empenho muito grande do aluno e mesmo quando havia era muito ruim sugar alguma coisa da universidade. E até que eu entrasse efetivamente no mercado de trabalho, acho que então eu estava no quarto semestre, eu pouco percebia o mundo jornalístico. Então, muito embora realmente me ajude a desempenhar a função de jornalista, o mercado de trabalho foi quem realmente me ensinou como fazer jornalismo.

P: Você fez algum curso de pós-graduação?

R: Não, nenhum. Na metade do curso eu entrei no estágio e fiquei no mercado de trabalho até então. Terminei a graduação e segui só no mercado de trabalho.

P: O que você fez até hoje?

R: Eu comecei em 2010 no Paraíba 1 e aí na época a gente fazia todas as editorias. E fiquei um ano só com o Paraíba 1. Quando o Paraíba 1 se transformou em G1/GE, por conta de na época de Paraíba 1 eu ter mostrado afinidade com esportes e tudo o mais, eu fui direto direcionado pro *Globoesporte.com*. E de 2011 para cá, que é desde que o *Globoesporte* com está aqui, eu tenho sido só repórter de Esportes. Então, minha experiência de 2010 para cá, em um ano com todas as editorias, mas sempre no online, e de 2011 para cá, só esportes.

P: Então, você está na emissora há quantos anos?

R: Quatro anos, quatro anos e um pouquinho. Em setembro de 2014 completei 4 anos.

P: Quais funções você exerce?

R: Então, desde que eu comecei como estagiário, enfim, o método de trabalho lá, estagiário geralmente lá faz tudo que um repórter faz. Então desde produzir matérias, fazer fotos, pegar release e ajustar para poder publicar, editar capa do portal e aí a gente faz apuração de matérias tanto da redação, por telefone, quanto faz externas, vai a campo, vai a algum evento, entrevistar

personagens e cobrir o evento como um todo. De forma geral, é isso, acho que não tem nenhuma outra atribuição, além dessas não.

P: Qual a concepção que você tem de convergência jornalística?

R: Na verdade, eu sou muito pouco afeito a nomenclaturas, isso desde a graduação anterior. E como minha participação no jornalismo, desde que eu entrei no mercado de trabalho, eu só trabalho com o jornalismo impresso – ou, o jornalismo online; eu sei muito pouco das outras modalidades. Eu pouco sei como funciona e como acontece.

P: Mas como você compreende esse conceito? Se alguém falar para você “convergência jornalística” você compreende de que forma?

R: Exatamente, eu não compreendo exatamente, porque eu vejo muitas disparidades entre as opiniões. Mas de forma geral, se eu mesclar tudo o que eu ouço a respeito de convergência, eu percebo como convergência os pontos que unem todas as modalidades de jornalismo: impresso, online, televisivo. É a linha que une cada uma dessas modalidades jornalísticas.

P: O que você considera como um jornalista polivalente?

R: Pra mim polivalência como é no jornalismo vai ser como é em qualquer outra função. Um jornalista polivalente, na minha concepção, vai ser aquele que faz tudo o que qualquer jornalista precisa saber fazer. Por mais que cada um vá ter suas especialidades, o polivalente pra mim vai ser aquele que souber fazer, não necessariamente com primor, mas que saiba lidar, por exemplo, saiba trabalhar com jornalismo online, televisivo, impresso, e que saiba lidar em cada uma delas. Se eu me perder em jornalismo impresso, me perder em jornalismo televisivo, mesmo que eu me dê bem em jornalismo online, eu acho que eu não vou ser um jornalista polivalente. E aí para eu me descobrir polivalente, eu vou ter que me testar nessas outras áreas.

P: Você acha que ter um perfil polivalente, com a produção de conteúdo para diferentes plataformas, é o ideal?

R: Eu não sei se é o ideal, se ser polivalente já me coloca, já coloca o jornalista na condição ideal, mas acho que a função do jornalista vai ser desempenhada de forma ideal se ele for polivalente. Dificilmente ou talvez não seja possível se ele não for polivalente desempenhar isso de forma ideal.

P: No questionário que eu apliquei com vocês, a maioria dos entrevistados se mostrou favorável à figura do jornalista polivalente. Você acha que isso é uma reação dos profissionais a uma exigência do mercado?

R: Eu acho que o mercado exige. Por exemplo, no meu primeiro ano, eu não percebia essa exigência tão forte quanto percebo hoje. E acho que a tendência individual de cada jornalista de buscar essa polivalência, buscar aprender todos os meios é muito mais por perceber que o mercado exige do que por achar que é bom para ele, que ele seja polivalente. Então eu acho que muito embora haja interesse individual, a demanda, a procura por ser polivalente é mais por conta

da exigência do mercado. Eu por exemplo, por mais que goste de aprender tudo, me interesso muito mais em abrir esses leques porque percebo que o mercado está exigindo isso de mim. Porque quanto mais eu souber, mais o meu lugar no mercado vai estar garantido. Eu percebo assim.

P: Você acredita que os jornalistas devem ser “universais” com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria?

R: Então, eu não acho que tenha quer ser. Eu acho que dá para ser um bom jornalista sem necessariamente conseguir escrever e agir de forma plena em todas as editorias, mas quanto mais a gente tiver essa habilidade, melhor vai ser tanto para a empresa que tiver esse jornalista contratado quanto pro próprio jornalista que vai poder, inclusive, fazer exigências às empresas e tudo o mais.

P: Qual a sua concepção de redação integrada?

R: Redação integrada eu percebo como sendo meio que uma modalidade da convergência jornalística. O jornalismo integrado, o trabalho de redação integrada, é quando essas várias modalidades de jornalismo, online, impresso, radiofônico, televisivo, conseguem trabalhar em parceria. E em parceria eu penso não significa necessariamente todos trabalharem exatamente juntos, todos fazerem exatamente as mesmas coisas, mas principalmente numa empresa que tenha todas essas mídias é que elas trabalhem conectadas; uma sempre sabendo o que a outra tá fazendo e sugando pra si o que acha que é mais importante e quando determinada mídia dessas não tem alguma coisa percebe que a outra tem pode ir lá buscar, assim como percebe que a outra não tem pode ir lá fornecer o que tem, é como se fossem parceiros que vão se ajudar sempre que perceber que o outro está precisando.

P: Você sabe, Cadu, o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar essa experiência de integração de redação?

R: Então, eu não tenho a noção exata do todo da Rede Paraíba. Como há três anos e pouco eu estou só no esporte, eu percebia essa coisa acontecendo especificamente no esporte. Por exemplo, quando a gente começou com o *GloboEsporte.com*, nós não éramos exatamente integrados ao *Jornal da Paraíba* impresso, mas por conta de o editor-chefe dos dois ser o mesmo, no caso Expedito desempenhava também uma função de editor-chefe também no *Globoesporte.com* ele passou a nos orientar para trabalhar bem juntos, tanto quem era estagiário ou repórter do *Jornal da Paraíba* tanto quem era estagiário ou repórter no *Globoesporte.com* se perceber como uma equipe só. E por exemplo, coberturas que poderiam ser feitas pelo *Jornal da Paraíba* e pelo *Globoesporte.com* já não precisavam ser feitas pelas duas equipes já que a partir do momento que tentaram implantar essa integração não éramos duas equipes, passamos a ser só uma. Então, no esporte especificamente, eu entendi que a ideia de fazer isso foi para facilitar o trabalho mesmo, foi para menos gente produzir mais conteúdo. Porque, ao passo que antes disso, num evento ia uma equipe de Esportes do *Jornal da Paraíba*, e uma equipe de esportes do *Globoesporte.com* cobrir o mesmo evento, se só uma equipe fosse, quando voltasse para a Rede Paraíba nós

teríamos material tanto para o *Jornal da Paraíba* quanto para o *Globoesporte.com*. E aquela uma equipe que deixou de ir para o evento já ficou na redação fazendo outras coisas ou cobrindo outro evento. Então, ficou muito claro que se a gente integrasse no esporte, a gente conseguiria produzir mais com menos trabalho. E penso que também assim funciona de forma geral na rede, com TV, com jornal, em outras editorias também, mas a minha percepção é muito só no esporte.

P: O projeto de integração no esporte é inspirado em outros modelos, você sabe dizer?

R: Não que eu tenha ouvido falar, mas quando a gente começou a conversar a respeito, a gente citou outros exemplos, como Rio de Janeiro e São Paulo, que especificamente também no *Globoesporte.com* já trabalhava de forma integrada, mas não tenho certeza se quem trouxe isso para cá, trouxe inspirado nesses outros exemplos.

P: Você sabe por que a editoria de esportes foi escolhida como projeto piloto na Rede Paraíba para fazer essa integração?

R: Não, eu não sei, mas imagino que a equipe tenha sido a mais coesa, pelo menos a minha visão é essa: de que a equipe de esportes, era a mais... a que trabalhava... por mais que fossem equipes separadas conseguiam sempre se juntar, para comentar, para debater e tudo o mais, e indiretamente a gente já estava já trocando umas ideias, o que já tornava nosso trabalho mais afim um do outro. E talvez por essa percepção de que as equipes já eram meio unificadas decidiram tratar isso de forma oficial.

P: Em que estágio a integração se encontra atualmente e que aspectos precisa alcançar para considerar a redação 100% integrada?

R: (suspiro) Eu acho que nós não estamos ainda num nível de excelência, na verdade ainda estamos bem longe de um nível de excelência, mas desde que começamos já evoluímos muito. Eu acho que antes disso ser implantado, a gente já trocava algumas ideias e já se aproximava, ainda falta aproximação. Por exemplo: reuniões de pauta; no início eram separadas mesmo quando já éramos, quando já tentávamos ser um núcleo integrado. E a partir do início, com o passar do tempo, a gente foi começando a integrar o pessoal também nas reuniões de pauta. E eu acho importantíssimo que, se TV, jornal impresso e online forem trabalhar necessariamente juntos, eles precisam trabalhar juntos em todos os aspectos; inclusive reunião de pauta, inclusive em momentos que nem sejam profissionais, mas para trocar ideias sobre jornalismo, sobre esporte e tudo o mais. Só que eu acho que a gente está avançando devagar nisso, mas eu também não esperava que fosse mais rápido do que vem sendo. E acho que, se a gente perseguir nos passos que vem tendo desde que iniciou, mais uns três anos eu acho que a gente vai estar trabalhando bem afinados.

P: Eu queria agora que você descrevesse qual é a rotina de produção no núcleo esportivo e procurar situar mudanças ocorridas desde a implantação do projeto.

R: A gente basicamente, na verdade, a gente não tem uma distribuição de pautas, o que desde que começamos a tentativa de integração, pensamos que seria algo bom para se fazer, mas até

então isso não foi posto em prática. Então nossa rotina se dá na leitura do que vem sendo produzido anteriormente e cada um, individualmente, mas trocando ideias com quem quer que esteja na redação no mesmo horário vai trocando ideias e pensando em próximas pautas. E aí a gente produz de acordo com as pautas que foram pensadas no dia. Claro que eventualmente as pautas pensadas nesse dia vão ficando para dois dias à frente, uma semana à frente... e a gente no caso vai ter dias em que a gente vai estar trabalhando uma pauta pensada uma semana antes. Outra ideia que a gente já pensou em implantar, implantou por um tempo, mas não vem sendo rotina, é a de reuniões semanais de pauta. Essas reuniões que no início quando aconteciam eram separadas por mídia, depois foi tentado juntar, enfim, hoje acontece que essas reuniões são muito esporádicas. Mas um avanço é que, antes essas reuniões eram separadas, mas hoje sempre que acontece a gente vai ter repórter de todas as mídias. Inclusive hoje em dia a gente nem tem mais a figura do estagiário e nem do repórter do *Jornal da Paraíba* impresso, por exemplo. Todo o material que é usado no jornal impresso é produzido pelo pessoal do online. Então as matérias que são publicadas na *web* são simplesmente adequadas para o formato do impresso. E aí a gente não tem essa figura de jornalista que adequa pro impresso e isso tudo fica a cargo do nosso editor-chefe. Ele pega o texto do online, que é da *web*, e ajusta para o formato do jornal impresso. Mas na rotina diária, o que mudou desde a implantação foi a questão que agora todos debatemos, sentamos para reuniões quando acontecem, sempre juntos: pessoas do impresso, da TV e do online.

P: As mudanças que foram implantados no núcleo integrado tiveram algum reflexo nas rotinas de produção do jornal?

R: Antes desse núcleo integrado, o jornal impresso tinha um estagiário, eu não lembro se tinha repórter também, mas tinha pelo menos um estagiário que trabalhava exclusivamente para o jornal impresso. E aí da mesma forma que nós do online pegamos nossas pautas, vamos a campo, apuramos, esse estagiário do jornal também fazia. Ou seja, havia eventos em que esse estagiário do jornal impresso e um repórter, ou um estagiário do *Globoesporte.com* iam cobrir juntos e os dois faziam exatamente a mesma coisa. Era aquela história que eu falei: duas pessoas iam para fazer a mesma coisa e chegavam na redação para fazer a mesma coisa. Quando foi percebido que dava pra ser feito só por um e quando voltasse para a redação aquele material apurado a gente transformaria em dois, foi aí que a integração começou a surtir muito efeito. E o que difere do que era antes para o que é agora é exatamente isso: o jornal impresso agora não tem mais um repórter específico. Então quando eu vou pra um jogo, pra um evento, eu vou ter que ir com a preocupação de produzir para o online, mas tenho também de ter a preocupação de produzir, por exemplo, pra TV. Pro jornal impresso eu não preciso ter uma preocupação extra porque o que acontece, do meu material online, do meu material impresso, é só a adequação do texto, e essa adequação é feita depois que o texto está pronto. Mas aí pra a TV há atividades que eu vou precisar desempenhar que eu não desempenho normalmente se eu for cobrir só para o online.

P: Quais seriam essas atividades?

R: Seria, por exemplo, fazer sonoras com a equipe de cinegrafistas e trocar ideias também com cinegrafistas sobre ângulos a serem pegos do evento, jogos e tudo o mais. Só que a produção de textos para a TV não é feita especificamente por nós da *web*. Na verdade é uma coisa muito rara que nós que produzimos para o online façamos algum texto para a TV. Temos um repórter e um estagiário específicos da TV, que produzem também pro *online*, mas que textos pra TV são de responsabilidade deles. Então se eu vou e produzo um material para a TV e *web*, quando esse material chega na empresa, o estagiário e o repórter da TV é que vão tratar o texto para colocar no ar.

P: Qual a infraestrutura oferecida hoje pela Rede Paraíba para a prática do jornalismo polivalente?

R: (suspiro) eu acho que ainda falta avançar um bocado e acho que avançou muito pouco nesses quatro anos desde que eu estou na empresa. A gente tem material para fotografia, a gente tem fotógrafos que desempenham só a função de fotógrafo, mas só no Jornal da Paraíba que vez ou outra são utilizados também para o *Globoesporte.com*. mas nós repórteres do *Globoesporte.com*, mas fotografamos com um material que não é lá de muita qualidade. A gente não faz tudo o que gostaria de fazer e tudo o que precisaria fazer em eventos esportivos. Nosso equipamento não fornece essa qualidade toda. E a gente gostaria muito de fazer material, de fazer nossas coberturas totalmente do campo. Por exemplo, escrever textos do campo, fazer cobertura em Tempo Real do campo, mas para isso a gente precisaria de equipamentos. A gente precisaria de computadores, de modem e internet nos locais onde a gente fosse fazer esse material e a gente não tem isso ainda. Por não ter isso, a gente precisa tentar fazer um link entre o local onde está acontecendo o evento, geralmente estádios, ginásios e tudo o mais, com quem está na redação. E esse link é feito, de forma geral, com material nosso, porque a gente precisa se conectar com a internet e telefone. E aí cada um usa o seu e tudo o mais. Recentemente a empresa acabou fornecendo aparelhos celulares pra gente, o que vai ajudar um bocado, mas a equipe de forma geral sente a necessidade ainda de a gente ter equipamentos que nos permitam, em vez de precisar uma equipe na redação e outra no evento, a equipe toda estar no evento, fazendo a cobertura totalmente de lá. E aí a gente sente falta desse tipo de material.

P: Como é a sua rotina de trabalho no núcleo?

R: Eu sempre faço cinco horas, de segunda a sexta, e as cinco horas restantes, que a gente tem que dar 5 horas semanais, as cinco horas restantes a gente faz distribuída nos fins de semana em sistema de plantões. Mas atualmente eu trabalho das 8h às 13h. O trabalho, em geral, é direto na redação. Chegando na redação, quando a gente vê que tem alguma pauta externa pra fazer, a gente designa qualquer um da equipe, pra ir fazer essa cobertura externa, mas em geral as cinco horas são cobertas de dentro da redação. Isso pode ser alterado, porque como a gente precisa seguir calendários esportivos e que, principalmente na Paraíba são bastante alterados, semanalmente a gente vai se adequando a esses horários. Mas em regra geral eu trabalho de 8h às 13h, quase sempre da redação.

P: Você apura, você redige...

R: Apuro, a gente tem de estar sempre conectado às redes sociais que hoje em dia tem sido um meio muito forte de perceber o que está acontecendo e a gente liga, usa geralmente telefone para entrar em contato com nossas fontes, além de buscar as assessorias dos clubes, das entidades esportivas, para poder fazer o material.

P: Você edita capa?

R: Edito capa. No início do *Globoesporte.com*, nossa função, eu era estagiário na época, mas mesmo os repórteres tinham como função apurar e produzir texto. A partir daí, esse texto passava para o editor-chefe, que editaria a capa. Então, revisão de texto e edição de capa eram de responsabilidade do editor-chefe. Com o passar do tempo, principalmente com o tempo que cada um ia acumulando de serviço, a chefia de edição foi percebendo que dava para confiar nos repórteres e hoje em dia todos os repórteres e, eventualmente, algum estagiário, têm a liberdade para escrever seu texto, revisar seu texto e editá-lo na capa. Então a gente edita não só o texto em si, diagramar, foto e vídeo e tudo o mais, como editar a capa também do *Globoesporte.com*.

P: O núcleo integrado dispõe de algum software que contribua para o processo de integração?

R: Então, a princípio a gente tem usado, basicamente e-mail. Por e-mail, a gente compartilha o que cada mídia está produzindo. E aí usa, grupo de Whatsapp, por exemplo, e, recentemente, foi a primeira experiência que a gente teve foi fazer reunião com o pessoal de Campina Grande e de João Pessoa por videoconferência, o que nos aproximou muito e a gente já sentia desde o início do *Globoesporte.com* a necessidade de unir o pessoal de Campina Grande com o pessoal de João Pessoa, e a gente fez isso ao longo desses quatro anos, quatro vezes talvez trazendo o pessoal de Campina Grande para cá, o que gerava uma demanda, um custo para a empresa que não valia a pena. Até que espelhados no G1, que começou a fazer esse processo de videoconferência, a gente resolveu fazer e funcionou muito bem. Porque antes da videoconferência, a gente fazia reuniões em João Pessoa, porque a equipe é maior, e aí o feedback dessa reunião chegava tarde para Campina Grande, e o retorno deles acerca do que pensávamos sobre o que foi debatido na reunião demorava a chegar aqui e muita informação se perdia nesse meio tempo. Agora, com a videoconferência, pelo menos a partir da primeira experiência, a gente acha que isso vai nos aproximar mais e vai facilitar o trabalho. Inclusive lá em Campina Grande foi o pessoal também de TV e de online que estiveram presentes na reunião, com o pessoal de TV, impresso e online daqui de João Pessoa.

P: Existem regras definidas pela direção de jornalismo da rede para a cobertura esportiva?

R: Eu não sei exatamente se regras, mas padrões a serem seguidos, tanto na cobertura quanto na produção do material, mas não são regras muito bem delimitadas, me parece. É tanto que geralmente nós divergimos entre nós mesmos sobre como determinada situação deve ser abordada, como determinado material deve ser produzido e aí nesses casos a gente sempre recorre ao editor-chefe, mas nós temos um padrão a ser seguido.

P: Como a implantação do Núcleo Integrado Esportivo afetou a cultura profissional, visto que se produz conteúdo para diferentes plataformas?

R: Eu não sei se foi exatamente alterada. Por exemplo, do online para o impresso a gente vai produzir como se fosse produzir só para o online; a partir do online, o editor-chefe do Jornal da Paraíba, que é Expedito Madruga, editor de Esportes, adequa nosso texto para o jornal impresso. Então até aí não há qualquer problema, quando a gente vai produzir também para a TV aí a gente precisou conversar simplesmente com quem já tinha experiência anteriormente. Por exemplo, eu quando precisei fazer material para a TV pela primeira vez, não me foi passada qualquer instrução. Como é que eu vou lidar com câmera, com microfone, nada. Eu simplesmente fui pro evento. Só que, nesse primeiro momento, foi alguém que já tinha experiência anterior à minha, já tinha alguma carga acumulada e, no momento de fazer, me orientou. Depois de feito, apontou erros e tudo o mais. Então assim, com um pouquinho de prática e tudo o mais que você já faz aquilo, você já pega a coisa. Eu acho que só pra todo mundo que só fazia online, precisar fazer também pra TV foi um aprendizado legal. E a gente teve muito atropelo sobre como fazer isso, como fazer a coisa se integrar, porque às vezes a gente se perdia sobre se tinha que produzir pra TV, ou se tinha que correr e pegar uma pauta para a web, por exemplo, mas à medida que a gente foi tentando, insistindo e fazendo a coisa foi melhorando e eu acho que, se continuar andando como vem andando, talvez daqui a três anos a gente esteja fazendo isso muito bem. Assim como a gente a gente tem três anos tentando aprender a fazer isso, daqui a três talvez a gente já tenha aprendido tudo o que precisava aprender.

P: Você acha que já existe uma cultura de integração na empresa, de forma geral, ou só entre os integrantes do núcleo?

R: Eu acho que ela não tá... Não, com certeza de forma geral não. E mesmo dentre os integrantes desse núcleo, ainda muita gente não percebe bem. Eu por exemplo não me sinto completamente seguro. Sempre que eu preciso fazer alguma coisa, por exemplo, produzir algum material para o pessoal da TV, eu não estou seguro exatamente sobre o que eu vou fazer e preciso recorrer ao pessoal da TV que, que percebe a TV diferente do jeito que eu percebo, porque eu não tenho experiência em TV. Então eu acho que não tá bem implantado em todo mundo nem de quem tá nesse núcleo. Acho que a coisa ainda está andando muito devagar e eu sinto que falta, que a ausência de reuniões, semanais que sejam, tornam o processo mais lento ainda, pra gente captar e pra gente se sentir completamente dentro do núcleo.

P: Como é que os aspectos culturais afetam a rotina do núcleo?

R: Quando o jornal impresso e o *Globoesporte.com* eram separados, funcionavam completamente separados, o estagiário do *Jornal da Paraíba*, por exemplo, trabalhava na redação do jornal, nós do *Globoesporte.com* na nossa, e o pessoal da TV na deles. A partir do momento que o estagiário do Jornal da Paraíba veio trabalhar na mesma redação, nós não conseguíamos perceber ele como sendo de outra equipe. Éramos uma equipe só e tínhamos mais uma equipe parceira que era na TV. Então eu acho que você unir num mesmo ambiente de trabalho, num mesmo ambiente

mesmo, na mesma redação, no mesmo quadrado ali, faz com que todos passem a pensar muito sintonizados. Como hoje em dia nós do GloboEsporte.com trabalhamos em redação separada do pessoal que faz esporte para a TV, há muita divergência ainda de pensamento, de como fazer as coisas, opiniões mesmo sobre como se faz jornalismo esportivo. E aí, quando você junta membros dessas duas equipes pra cobrir o mesmo evento, invariavelmente vai acontecer divergência de opiniões, de preferências, de prioridades, e essa divergência de pensamento me parece ser o problema mais gritante. É bem possível que, quando a equipe que está cobrindo o evento é metade da TV e metade do online, o online prefira fazer determinada coisa de determinado jeito enquanto o pessoal da TV vai pensar de outro. E isso vai causar um pequeno atrito, não atrito de briga, de discussão e tudo o mais, mas o trabalho não vai sair tão bem feito quanto sairia se todas as partes pensassem exatamente do mesmo jeito. E para pensar exatamente do mesmo jeito eu acho que facilitaria muito trabalhar junto mesmo, na mesma redação. Assim como, como o jornal impresso foi trabalhar, facilitou muito. E assim, como a rádio não está exatamente nesse processo, eles funcionam simplesmente como alguém que é da casa e que a gente pode recorrer se precisar. Assim como eles, a gente. Se a gente está fazendo uma cobertura e o pessoal do rádio está lá, a gente vai recorrer a eles e eles vão recorrer à gente, mas o trabalho não segue de mãos dadas, como TV e online, por exemplo, estão conseguindo.

P: O que você gostaria de falar mais sobre esse processo de integração?

R: Não sei se mais, mas de reiterar isso: de que o processo está muito lento; se isso conseguir, se esse núcleo conseguir funcionar como é idealizado, vai facilitar muito o trabalho de todas as mídias. Facilitar no sentido de vamos fazer com mais facilidade, mas também vamos fazer com mais primazia e nosso trabalho vai ficar muito mais bem feito. Então assim, eu acho que falta, de nossa parte, ideias que acelerem o processo até chegar no que a gente quer chegar, nessa excelência do trabalho integrado.

P: Exatamente uma das questões do questionário que apresentei a vocês, falava da pauta integrada. Pensar no que eu vou fazer para o jornal, para a TV, o que eu vou fazer de diferente para o portal que vá além da foto, do texto. Algumas pessoas responderam que já existia isso, mas a impressão que eu tenho é que essa pauta não é pensada de forma integrada, realmente.

R: E eu acho também que não é. Na verdade, esse tipo de pauta mais elaborada, digamos assim, e que vá funcionar para todas as mídias, no meu modo de ver, ela é pensada esporadicamente por grupos soltos. Tipo: nessa semana, vamos pensar eu e dois colegas do *Globoesporte.com*. Na próxima, um elemento da TV e um do *Globoesporte.com* vão pensar outro, sem que nós saibamos. Não funciona dentro da equipe toda e nem sempre com as mídias todas juntas. E o ideal é que funcione assim. Por exemplo, nessa reunião de videoconferência ontem, já foi lançada uma proposta para um material que vai funcionar para as três mídias. Vai ser uma série pra TV, que vai ser toda editada pro *Globoesporte.com* e que vai ser publicada no também no *Jornal da Paraíba*. Esse foi um momento esporádico em que todos pensamos juntos uma pauta que vai ser utilizada por todas as mídias. Só que o ideal é que isso aconteça frequentemente, mas desde que eu a gente tem tentado implantar o núcleo, fazer o núcleo funcionar efetivamente, foram poucas

as vezes e é isso que eu sinto falta. E ideias que tornem esse processo mais rápido e que em menos tempo a gente consiga trabalhar isso semanalmente, quinzenalmente, enfim.

P: Um dos pontos, segundos os teóricos, da convergência jornalística, é a audiência ativa, com a participação cada vez maior do ouvinte, do leitor, do internauta, do telespectador. De que forma tem essa relação no núcleo?

R: Então, é um pequeno pedaço desse núcleo que eu percebo ainda meio desconectado dos demais, porque a gente tem um grupo que lida com redes sociais e que eles têm, a missão deles, pelo menos uma das missões é conectar, exatamente e internauta *Globoesporte.com*, leitor do *Jornal da Paraíba* e telespectador à TV e percebo que esse é o principal meio que a gente tem para fazer com que leitores se integrem e até o telespectador se integre e tudo o mais. Mas eu não acho que tem sido suficiente. Tem surtido muito efeito, há dois ou três anos a gente não tinha essa relação tão próxima com quem recebe o que a gente produz; isso aumentou bruscamente, mas ainda acho que dá para evoluir muito tanto no aprimoramento do trabalho de quem faz, de quem lida com as mídias sociais quanto com a relação desse grupo com cada uma das mídias, com o v, com o *Jornal da Paraíba*, com a TV, porque quem tem de municiar o pessoal que entra em contato através das redes sociais é cada uma das nossa mídias. E o *Globoesporte.com*, por exemplo, eu percebo que é muito distante do pessoal das redes sociais, então acho que falta também esse pessoal ficar um pouquinho mais junto da gente. Falando especificamente do *Globoesporte.com*, a gente tem alguns recursos que aproximam o internauta do conteúdo. Só que a gente ainda não usa todos. E a gente tá, aos poucos, fazendo isso, por exemplo, antes a gente fazia a cobertura em tempo real de alguns eventos, principalmente jogos de futebol em que o único retorno que a gente tinha era a quantidade de cliques que aquele Tempo Real recebeu. Hoje em dia a gente já sabe, quantos estão ali ao mesmo tempo, quantos ao longo do evento tiveram acesso e o internauta tem como interferir no nosso Tempo Real através de Twitter. Só que é isso: esse recurso, que eu acho sensacional, que gente está tendo um *feedback* direto do internauta, a gente não utiliza ainda, mas a tendência é que passe a utilizar ainda neste ano. E através de comentários nas matérias. Só que, por exemplo, a gente só recebe os comentários. Não há um retorno nosso desses comentários. Então não tem ainda um diálogo exatamente entre nós e o torcedor. Eu acho que isso enriqueceria muito a relação.

P: Quando vocês estão fazendo o Tempo Real, pelo que eu acompanhei, o repórter que faz o Tempo Real é o mesmo que vai fazer a crônica, e às vezes ele também está sozinho para dar conta dessas outras demandas. Eu queria que você falasse um pouco sobre isso. R: Na verdade, como muita coisa, principalmente no online, é novidade, a gente está sempre se adequando ao que precisa ser feito. Hoje em dia por exemplo, de forma geral, o mesmo repórter que está na redação fazendo o acompanhamento em tempo real a partir de informações que ele recebe do repórter que está em campo, por telefone, por *WhatsApp*, enfim, ele também, assim que acabar de fazer o tempo real de uma partida, ele também vai ter de escrever a crônica. Como a gente já faz isso com um certo tempo, a gente já tem certa habilidade para conseguir fazer isso sem deixar o internauta demorando muito para receber a notícia pronta, mas esse processo,

quando a gente pegou nas mãos para colocar em prática, era muito lento. E aí foi evoluindo. E aí a gente quer evoluir ainda mais. E aí a gente volta para aquele ponto de o que é que a empresa nos fornece para fazer o trabalho. A gente quer muito que esse material que está sendo feito da redação seja feito do campo, que a gente esteja vendo o evento acontecer para poder transmitir com a maior proximidade possível da verdade pro internauta. E se a gente conseguir fazer isso, se a gente conseguir ter equipamento, com internet e tudo o mais dentro do campo, vai ficar muito mais fácil dividir as tarefas, inclusive. Um repórter que vá fazer o tempo real do campo, outro repórter que vá fazer a crônica vendo o jogo, e isso vai facilitar. Por ora, tem sido uma demanda bem extenuante em fins de semana quando a gente tem muito eventos para cobrir, mas à medida que a gente vai fazendo essas coberturas vai encontrando também jeitos de diminuir essa carga. Por exemplo: há dois anos, a gente se sobrecarregava muito para fazer isso. Hoje tanto com o aprendizado quanto com a percepção de novos recursos, a gente tem conseguido fazer isso muito mais tranquilamente.

APÊNDICE D – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE 4

Entrevista 4 – Realizada em 28 de fevereiro de 2015

Perfil: Jornalista, sexo masculino, 32 anos. Editor do *Globoesporte.com*

P: Como foi sua formação na universidade e de que forma essa formação contribuiu para o exercício de sua profissão?

R: Me formei em 2004 na Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e eu sempre sonhei muito em ser jornalista esportivo. Desde o início, eu sempre quis ser do esporte, mas não tive tantas oportunidades no início, assim que me formei. Trabalhei muito tempo em política, em portais de notícia de Política, depois no *Jornal da Paraíba* eu passei por todas as editorias, Cultura, Cidades, Policial - fiz esporte também. E acabou que o esporte que eu fiz, eu atribuo muito ao trabalho que eu fiz no *Paraíba 1*, que eu era repórter de Política, cobria Política, mas tinha um blog de esporte que eu fazia muito por diletantismo mesmo - não recebia nada mais pelo que eu fazia na parte de esporte, e acho que foi esse trabalho no *Paraíba 1* que me credenciou a ter o nome lembrado para o *Globoesporte.com* quando eu já não estava mais na empresa, tinha saído da empresa, e aí me chamaram para o *Globoesporte.com*, então de 2004 a 2011 eu fiz tudo, eu fui pago para tudo menos para o esporte, e a partir de 2011 e que eu comecei a me dedicar exclusivamente ao esporte.

P: Você acha que essa sua formação em jornalismo contribuiu de que forma para a sua profissão? Porque a gente sabe que tem jornalistas no grupo que não são formados.

R: Eu acho essencial essa questão de formação. Acho que a gente tem alguns cuidados, nessa questão de apuração da notícia, questão do que é notícia, questão da preocupação de como, como é que se diz, questão de ouvir os lados, de como apurar uma notícia. Muitos conhecimentos foram adquiridos na universidade, não só o conhecimento didático das disciplinas, mas o próprio diálogo com outras pessoas em formação e formados, que dialogavam entre si sobre o que é certo, o que é errado, então é muito mais uma construção coletiva; não só dentro da sala de aula, mas também nos corredores da universidade, sempre conversando, dialogando, tentando imaginar o que é o jornalismo ideal. Então eu acho que minha participação na universidade foi muito importante para alguns valores que a gente possui. Principalmente na parte de esportes, se a gente for comparar com o rádio esportivo paraibano, é uma diferença muito grande entre o profissional formado e o radialista que, em 90% das vezes, não passou por uma formação, tal, então o que é notícia, muitas vezes passa por interesses outros que não a questão do interesse público. Existe uma tendência no esporte paraibano, nacional, mas como a gente está falando de Paraíba, existe uma tendência de achar que o jornalismo é promotor de eventos: promover o futebol, promover o clube, promover a federação. E a gente tem uma visão diferente, e acho que essa visão diferente nasceu na academia.

P: Você fez algum curso de pós-graduação?

R: Não, eu cheguei a iniciar dois cursos e não terminei nenhum dos dois. Eu fiz um de Redação Jornalística, que acabei me desinteressando no decorrer do curso e tava fazendo um MBA de

Jornalismo Esportivo, que esse eu estava gostando muito, era um curso a distância, mas era pela Gama Filho, e a Gama Filho foi descredenciada no meio do processo, mas acabei ficando meio sem norte, mas pretendo, apesar dessas duas tentativas frustradas, eu ainda pretendo ir além, não quero que a graduação tenha sido o ponto final da minha vida acadêmica.

P: Há quanto tempo você trabalha no grupo?

R: Da última vez, entrei em 2011 e estou até agora. De 2007 a 2008, em 2007 no *Jornal da Paraíba*, trabalhei muito tempo como *freelancer* e tal; em 2008, eu entrei como repórter do *Paraíba 1*, nesse meio tempo ainda fiz alguns trabalhos para o *Jornal da Paraíba*, como repórter. Em 2010, eu deixei o grupo. No meio do processo eleitoral de 2010, eu fui chamado para um outro portal de notícias, também com viés político. Em 2011, alguns meses depois de eu ter saído da empresa, me chamaram para esse projeto novo que estou até então. Fui repórter de várias editorias, como editor estou desde 2001 e algumas vezes no *Jornal da Paraíba* também.

P: qual a sua concepção de convergência jornalística?

R: A noção de convergência que eu tenho é da prática da redação. Nunca li nenhum trabalho, li um pouco seu trabalho sobre a Copa do Mundo. O que a gente vê, a convergência nasceu, bem nos seus primórdios, da percepção de que não tinha sentido a gente mandar três repórteres cobrir um mesmo evento esportivo, sendo que um pro jornal, um pra TV e outro pro portal. A primeira vez que a gente discutiu convergência foi isso. Se a gente tem um grupo de 10 não tem sentido três irem para o mesmo lugar se esses três podem estar em lugares diferentes. A convergência que eu vejo, que eu percebo é você integrar os diferentes meios de comunicação que as pessoas, os jornalistas cada vez mais possam dialogar com esses diferentes meios... E aí o jornalista tem que estar mais preparado para perceber certas coisas. Então facilita a vida do veículo, que é isso que eu falei, você pode mandar um único profissional para cobrir um evento para três mídias, mas obriga também o profissional a ter uma percepção maior das diferentes questões. Isso ainda é um processo em construção. A gente ainda percebe algumas vezes, o repórter focado mais em uma mídia e não em outra. Mas você tem a percepção de tirar uma boa foto, de repente dá um bom depoimento para você fazer um vídeo, você conseguir pensar as diferentes mídias em prol daquela matéria. E também a questão de você saber lidar com as novas tecnologias. Quantas vezes no passado você não pensou: se eu tivesse uma máquina aqui, isso daria uma excelente foto. Isso cada vez mais não pode acontecer com o jornalista. Hoje você tem um bom celular, uma câmera de bolso, que traz uma qualidade que muitas vezes os equipamentos profissionais trazem. Eu acho que a convergência passa por aí também: você saber utilizar os equipamentos que você tem em mãos. Às vezes é preferível uma imagem de pior qualidade, mas que registre aquele fato jornalístico, do que não ter aquela imagem.

P: E qual o perfil do jornalista polivalente?

R: Acho que é justamente isso, que a gente tenta colocar na cabeça do pessoal. O jornalista que consegue, diante de um cenário... Eu costumo dizer o seguinte: o bom jornalista é aquele que consegue ver a pauta que o outro não vê. Eu gosto muito de um exemplo pessoal: em um jogo do

Botafogo, o Botafogo estava vencendo, e os gandulas começaram a esconder as bolas, para não permitir que o jogo desse continuidade. Eu percebi esse movimento e comecei a fotografar, fazer vídeo. Podia ser que não desse nada, mas eu comecei a fazer registros daquilo. E no final o quarto árbitro percebeu e virou gandula, pegou uma bola e virou gandula, então foi uma cena atípica, que virou uma matéria muito curiosa, diferente do cotidiano. Na época, eu fiz mais para portal, porque como eu não tinha muito tempo eu tirei algumas fotos. O jornalista polivalente, ele tem que ter a percepção para fazer essas fotos, fazer vídeos, conseguir cada vez mais atender as diferentes mídias, e – não sei se estou falando besteira - mas a polivalência passa também pela questão de edição, você ser repórter, mas também editor quando for necessário. Cada vez mais, principalmente em portais, as pessoas têm que ter mais atribuições. Muitas vezes, você precisa fazer uma manchete, você precisa pensar uma foto boa para a capa e isso também passa pela polivalência do jornalista.

P: Você acha que ter um perfil polivalente, com produção de conteúdo para diferentes plataformas, é o ideal para a profissão de jornalista, para o jornalista?

R: Isso é um bom debate. É muito bom, mas também corre o risco da gente... Se uma mesma pessoa está responsável por fazer fotos e vídeos, ela corre o risco de ter o vídeo e não ter a foto. Então, mais profissionais, permite que você faça talvez um trabalho melhor para cada uma da sua área. Se o jornalista está lá, exclusivamente para uma matéria para jornal, para portal, para o jornal, ele tem como pensar mais os elementos necessários, porque são elementos diferentes. O vídeo precisa de certas imagens, você até faz uma matéria de texto sem a imagem, que você pega arquivo, mas para TV não dá. Para nossa realidade é muito bom, porque às vezes a gente sofria com isso. Porque tinha um repórter de TV, um repórter de jornal e internet no mesmo lugar e às vezes tinha dificuldade de cobrir um outro evento. Então, eu percebo a importância de você ter isso, mas eu também percebo que em matérias especiais, em matérias mais trabalhadas... ou você tem muito tempo para a fazer a coisa, ou corre-se o risco, de você perder alguma coisa. Isso é inegável. Por exemplo, vamos falar de um jogo de futebol, você cobre, mas... Por exemplo, vou pegar um outro exemplo meu: no último jogo Botafogo e River na Copa do Nordeste, o Warley, que era jogador do Botafogo, fez o gol e fez um sinal típico de que não iria comemorar em respeito ao Botafogo que foi o ex-time dele. Eu consegui tirar uma foto que eu considero muito boa desse momento, mas eu não tenho imagem desse momento, a gente tem uma imagem da TV que fica lá na cabine, imagem distante, aquela imagem que é bem conhecida da TV paraibana, que é uma câmera meio parada, lá em cima, e você vê a imagem de Warley lá longe.

Então, se você tivesse um profissional de TV lá onde eu estava, você teria também um vídeo muito legal. Isso sem dúvida a gente perde um pouco, porque você não vai conseguir fazer os dois, vídeo e foto ao mesmo tempo. A gente tem uma boa foto, mas não tem uma imagem em vídeo, daquele momento específico. E é muito da sorte mesmo: que às vezes você está com a função da câmera de foto e às vezes está em vídeo, e já aconteceu de estar com a função vídeo na câmera, fazendo a imagem, muito boa, valia mais tempo e aí dá aquele medo: “Ainda vou ter oportunidade de filmar mais 30 segundos? Ou vou ter de suspender a função de vídeo para fazer a foto também?” Então essa crise a gente tem. Aí, às vezes você suspende o vídeo, tira a foto e

vem a apoteose, um símbolo, um gesto, que é o gesto que tornaria o vídeo incrível. Então isso existe, o fato de ter uma pessoa só para fazer as duas coisas. Vídeo e foto é a dualidade que mais existe. Afora chegar na redação e você ter de fazer *off*, ter de fazer um texto diferente, mas isso, tendo tempo, você consegue. Mas a questão do instante que você tem lá, de não saber se coloca vídeo ou foto, porque dali depois que acontece, você não tem como voltar.

P: Você falou “tendo tempo, você consegue. A jornada é de cinco horas. É possível fazer com qualidade?”

R: Não, não é possível fazer. Eu estava pensando em uma outra época. O que cada vez mais a gente faz, é dividir mesmo as tarefas, por exemplo, quem vai para campo, normalmente não escreve a matéria de jogo. Até porque, no caso de internet, se exige... nossa brincadeira, nossa diversão por assim dizer, é publicar a matéria o mais rápido possível depois do apito final, que é justamente a hora que está tendo comemoração, que está tendo briga, discussão. O repórter que vai a campo não é o repórter que faz a crônica do jogo, a matéria do jogo. O que é curioso, às vezes acaba sendo uma pessoa da redação, que não estava no campo, que faz a matéria, mas é impossível fazer, na TV você já consegue fazer isso. Mas muitas vezes a gente faz isso: a pessoa que vai a campo, não escreve. A pessoa que vai a campo pode fazer a repercussão muito melhor que alguém que está na redação. Às vezes a repercussão pode demorar mais um pouco, como o fato do momento é o resultado do jogo, e a repercussão às vezes pode sair no outro dia.

P: Você acredita que os jornalistas devem ser “universais”, com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria?

R: Eu acho, eu sou dessa escola. Sempre quis ser jornalista esportivo, mas nunca me neguei a fazer outras coisas. Eu já gosto desse exemplo: já me escondi atrás de árvore em assalto a banco, já entrei em favela com França, morrendo de medo - eu sou um medroso convicto - , com a polícia bem armada. Eu fazia o melhor que eu podia fazer. Já fiz fuga de presídio, eu morria de medo, não é o jornalismo que eu gosto mais, eu odiava fazer a ronda matinal, ligar para a delegacia, no entanto fiz durante seis meses e acho que desempenhei um bom papel. E acho que isso me ajudou bastante. Por exemplo: é esporte, mas Marcelinho Paraíba já foi preso por estupro. É esporte, mas já teve uma deposição de Rosilene Gomes e é Justiça. Nada me ofendeu mais uma vez do que ver um estagiário da TV Cabo Branco se negar a fazer uma matéria porque era esporte e esporte ele não queria saber. Acho isso uma tolice. Jornalista não tem problema nenhum declarar para os quatro cantos que gosta mais ou prefere tal coisa, mas jornalista que se nega a escrever, ou ele é muito bom, ou ele já tem o nome consagrado e está chovendo emprego, ou vai ter problema na vida. Principalmente essas editorias mais especializadas, cultura, esporte, é mais difícil abrir vagas. Até mesmo por uma questão de sobrevivência mesmo, não porque você vai ser bom em tudo, mas por uma questão de sobrevivência mesmo, senão muitas vezes você não tem mercado.

P: No questionário, a maioria concordava que o profissional tem de ter um perfil polivalente. Você acha que isso é uma forma de o mercado reagir às exigências do mercado. Com medo de ficar sem emprego?

R: Tem essa percepção de que é irreversível essa necessidade do mercado exigir cada vez mais essa polivalência, mas acho também que essa nova geração de jornalistas é mais desencanada por assim dizer. Os fotógrafos, conheço fotógrafos mais antigos que são revoltados com a facilidade que se tem hoje de fazer boas fotos com equipamentos mais simples e tal. Existe resistência do pessoal mais antigo. Acho que essa geração, que não é a nossa, mas a geração que já nasceu com celular... o celular revoluciona, o celular tem um poder de revolução no jornalismo que é impressionante. Hoje você tem gravador, tem foto, tem vídeo com qualidade. Acho que polivalência é algo mais natural para a geração digital. O pessoal mais antigo é mais resistente (*polivalência*), até pela conta da tradição mesmo. Passaram a vida toda daquele jeito e têm um pouco mais de resistência para mudar isso, mas as pessoas mudam também. Lembro que assim que o GE entrou, estou falando de fotógrafo, lembro que Leonardo Silva ficou revoltadíssimo porque a gente começou a usar fotos dele no portal. Estou falando de foto, a gente nem obrigou ele a fazer... Ele ficou muito revoltado, a gente recebeu queixas... Com o tempo, ele passou a nos enviar as fotos. Ele cadastrava no banco e enviava umas três pra gente. Ele percebeu que o alcance do jornal é estadual e o *Globoesporte.com* o alcance é nacional. Depois fiquei sabendo que ele recebeu até algumas propostas (de fora), para copa do Brasil. Flamengo joga aqui, aí o Globo quer... Então ele percebe que essa convergência é até boa para ele. Então é perceptível essa linha de resistência que existia com os fotógrafos do jornal com o GE, e como ela se esvaiu, depois que perceberam que aquilo era muito bom para eles. O trabalho dele de repente passou a ser visto, os jornais impresso são essencialmente locais, o *Jornal da Paraíba* é local. E a internet tem essa força. E o GE sendo um portal que está dentro de uma coisa maior, muitas vezes o trabalho dele é visto... Não querer que a mesma foto vá para dois lugares, então eu percebo que tem essa resistência, mas aos poucos vai mudando. Por exemplo, o próprio Evandro que tem é o melhor exemplo da velha guarda, mas hoje em dia já tem essa preocupação, claro continua com a mesma forma de agir de um jornalista que atua há 50 anos, mas hoje ele já diz: “Olha, estou mandando o texto para o jornal e uma versão para o portal”. Muitas vezes a versão dele é tirar o “hoje” e colocar “nesta quinta-feira”. Mas já é uma percepção que ele tem que os textos são diferentes para diferentes mídias. Às vezes ele diz: “Estou mandando uma matéria completa para o jornal de amanhã e outra diferente para o portal com a chegada do jogador tal”. Então ele já faz esse tipo de ... apesar que ele ainda não tira foto, a resistência dele ainda é maior, mas você já percebe uma boa vontade.

P: Qual sua concepção de redação integrada?

R: É uma redação que as mesmas pessoas produzam matérias para diferentes meios e usando diferentes tecnologias. A integração também passa pela questão do equipamento. Você hoje não precisa ter um cinegrafista, por mais que o cinegrafista seja importante, mas ele não é essencial em todas as ocasiões. Não pode apenas ir ao ar na TV só o que é produzido por cinegrafista, imagens profissionais e tal. Às vezes, um celular tem um grande furo; mesmo que a qualidade

não seja 100%, você pode colocar lá, “imagens de celular”; ainda que perca em qualidade, o fato jornalístico é mais importante. A redação integrada é uma redação que pessoas e máquinas estejam integradas a serviço de todos. Você não precisa ter um equipamento exclusivo para a TV, um equipamento exclusivo para o portal, o celular. A câmera que você usa, que filma também, às vezes tem uma briga no estádio e essa cena pode muito bem ir para a TV, mesmo que nessa hora o cara estivesse fazendo uma entrevista com o técnico no vestiário. Isso ainda a gente vê muita resistência. A TV é mais resistente, principalmente em relação a essa questão de equipamentos. A TV ainda tem uma ideia de que o *off* precisa ser bonitinho, tem que ser uma pessoa no estúdio com a voz solene, a imagem tem que ser plasticamente perfeita, quando as vezes o som ambiente, a descrição do repórter é suficiente. Eu gosto muito da vídeo-reportagem, já tentei convencer Expedito, alguma vez, a gente tentar colocar mais vídeo-reportagem, não só no portal, mas principalmente para a TV. A gente até faz vídeo-reportagem mas com o repórter da TV. Acho que isso por resistência da cúpula da TV que vê a TV como algo mais formatado, mais formal.

P: Você sabe o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar esta experiência de integração de redações?

R: Nos primórdios acho que foi essa necessidade de ter mais gente em mais cantos. Não acho que a origem foi: “Ah, vamos desenvolver um jornalismo moderno e tal!”. A origem é daquela necessidade de não levar três pessoas para o mesmo lugar se você pode ter um em cada lugar e cobrir mais coisas. Foi necessidade. Como a empresa não teria condições ou não estava disposta a ter uma equipe de 30 pessoas, vamos com isso ter condições de abranger mais eventos esportivos. Isso nos primórdios. Com o tempo a gente foi pesquisando o que deu certo, o que deu errado. Eu acho que... a convergência aconteceu mesmo na necessidade, na tentativa e erro. Muita coisa a gente percebeu, isso dá certo, isso não dá. Algumas coisas a gente quer fazer, mas tem resistência da empresa, por causa da questão da formalidade, mas aos poucos a gente vai se moldando a um projeto que a gente percebe que é o ideal, mas é muito nessa questão de tentativa e erro, ver que não funcionou e tentar de outra forma. Acho que evoluiu muito, está muito bom, mas ainda tem muita coisa para evoluir também.

P: O projeto de integração do Núcleo Integrado Esportivo é inspirado em outros modelos?

Eu conheço alguns casos que funciona muito bem isso, mas conhecimento como leitor mesmo. Vejo que a *Folha* já tem um trabalho, é um jornal impresso, mas tem matérias em vídeo. Acho que a gente, mais um *mea culpa*, que a gente ainda usa pouco a questão de vídeo, que poderia ser mais forte no GE, por exemplo. Tenho a percepção de que a gente poderia ter uma câmera melhor em vídeo que a gente pudesse fazer vídeo-reportagem ou imagens para o uso primeiro do portal, mas que pudesse ser utilizado para a TV. Esse passo a gente ainda não foi dado rumo a... Que é o que a *Folha* faz. A *Folha* manda um repórter fazer uma cobertura e ele faz um vídeo e cria um vídeo para o portal. Acho que isso a gente precisa usar mais. O repórter vai com uma câmera do *Globoesporte.com*, faz uma entrevista e essa entrevista pode ser utilizada para a TV. O trabalho que a gente faz para a TV hoje é fazer sonora. Tem uma equipe de TV, mas não tem repórter. Na

hora das entrevistas, o repórter do *Globoesporte.com* faz entrevistas para a TV. Isso já funciona, mas acho que precisa ser mais ousado. Às vezes tem dois jogos na mesma cidade, e não tem dois repórteres para a mesma cidade. Funciona, mas acho que poderia ser mais ousado. Em jogo eu concordo que tem de ter a equipe de TV e tal, jogo exige um alcance maior da câmera e tal, mas treino, entrevista coletiva, tem uma série de eventos que um equipamento mais simples daria pra...

P: Por que a editoria de Esportes foi escolhida como projeto piloto de integração de redações na Rede Paraíba de Comunicação?

R: Eu acho que a gente nunca teve um investimento grande em esportes, acho que esse projeto a primeira vez você tem uma equipe exclusivamente dedicada ao esporte. É algo pioneiro na Paraíba. É uma equipe contratada, com carteira assinada, toda ela voltada ao esporte. E acho que o fato de ter esse investimento em esportes ajudou nisso.

P: Em que estágio a integração se encontra atualmente no Esporte? Que aspectos é preciso alcançar para considerar a equipe 100% integrada?

R: Eu acho que a integração jornal e *Globoesporte.com* funciona muito bem. Com relação à TV, ainda existem algumas barreiras. A gente tem muita dificuldade de divulgação de algumas coisas. O Tempo Real que é um produto que dá muita audiência pra gente ainda não é divulgado na TV. Expedito e Kako respondem pelo esporte da TV, mas a gente não tem essa mesma, esse mesmo diálogo, esse mesmo trânsito livre em outros produtos. Sinto que a relação com a TV ainda é um pouco, a TV é como se fosse, fazendo uma analogia, um profissional da antiga, que é mais tradicional, mais formal, e isso ainda trava algumas coisas. Gostaria de ver mais produção de vídeo do GE na TV, mais produção real do portal e do jornal na TV. Já aconteceu de fazer matéria no jornal, aí a TV vê a matéria, vai ao local, faz a mesma matéria, como se fosse uma produção independente, não faz um link, não faz uma referência. Isso ainda acho que falha um pouco. E a questão da rádio; a CBN ainda funciona de uma forma mais completamente autônoma e, assim, muitas vezes o pessoal diz foi na casa de vocês que aconteceu assim. Com a CBN eu tenho algumas críticas, alguma coisas que eu faria diferente, mas a rádio não faz parte do Núcleo Integrado de Esportes. Eu até diria que gostaria de ter mais voz na CBN. Então tem algumas coisas na rádio que eu acho que deveria ser modificado para ficar mais atrativo e mais próximo do padrão CBN e que eu acho muito bom.

P: Descreva a rotina de produção no Núcleo Esportivo Integrado e procure situar mudanças ocorridas desde o início da implantação do projeto.

R: A rotina hoje, a gente continua tentando manter uma redação que ela permaneça os três turnos com pessoas na redação, né? Então, muitas vezes, por exemplo, em dias de jogo, se abre o dia com apresentação do jogo, qual o jogo, como vai ser tal. E tem as repercussões desse jogo. Sai com a matéria do resultado do jogo fechando o dia e no dia seguinte tem as repercussões. Isso geralmente sábado domingo segunda quarta e quinta, com apresentação de jogo e com repercussão de jogo. Estou falando especificamente do *Globoesporte.com* que tem essa questão

de abrir o dia. Muitas vezes o fechamento do jornal já é mais tarde, porque a notícia importante do portal, provavelmente não vai ser a manchete do jornal. Eu particularmente, como a gente já tem esses dias todos com repercussão e tal, eu gostaria de deixar mais livre as pessoas nos outros dias, para eles irem em busca de outras pautas. Já com essa preocupação de não prender a pessoa com uma pauta e fechar os olhos para outras coisas que pudesse acontecer, devido a esse dinamismo do portal. Funcionou muito tempo quando eu chegava muito cedo de manhã. Quando eu passei a chegar mais tarde, a gente percebeu que às vezes não funciona tanto, que alguns repórteres ficam perdidos, inclusive ontem a gente teve uma reunião sobre isso. Antigamente eu chegava cedo, era para ficar dois turnos, mas saía muito tarde. Então estou chegando mais tarde, como saio mais tarde mesmo. Nessa mudança de horário, algumas pessoas ficam um pouco mais perdidas nessa questão da pauta. Eu tenho muito medo disso, uma pauta muito fixa a pessoa não abrir os olhos para o que pode ter acontecido há pouco tempo. A manhã é isso. Na tarde, a produção de pauta continua para o *Globoesporte.com*. Mas aí começa a entrar no jornal, o que daquilo tem potencial também para o jornal. Muitas vezes não dá para segurar, por exemplo a apresentação de um grande craque de um time, o jornal entra no outro dia, ainda que com uma foto melhor, com uma informação mais aprofundada, mas não dá para segurar. Quando é uma matéria nossa, que a gente sabe que é nossa mesmo, gestada pela gente, a gente já segura, coloca no jornal e programa para 7h da manhã no portal, de forma que os dois entrem juntos. Algumas vezes já aconteceu, por exemplo, a página do GE querer aquela matéria, mas só iria para a capa se fosse naquele dia. Por exemplo, quarta-feira é um dia muito difícil de você ir para a capa nacional, e é sempre uma busca de ir, porque a audiência aumenta. Quarta-feira é um dia muito difícil porque tem muitos jogos nacionais, e as apresentações nacionais ocupam muito espaço da capa. Então, já aconteceu de a gente combinar com o pessoal do *Globoesporte.com* e publicar uma matéria de 11 da noite, mesmo na capa, passa a noite toda no jornal, fica até uma 9h da manhã, dá uma audiência boa, mas a gente já entrou quando já não era mais possível a concorrência furar o jornal, ou vir com a notícia do jornal. Mas isso é mais raro, normalmente quando a gente tem uma matéria casada, a gente joga mesmo no outro dia de manhã pra gente ter o furo coletivo da gente e a concorrência não dar a notícia. Então essa preocupação do que vai entrar no jornal ela começa no turno da tarde. Todos fazem tudo. A integração com o jornal funciona melhor do que com a TV, até porque eu e Expedito a gente senta um de frente para o outro e muitas vezes somos nós que decidimos ter esse diálogo. Muitas vezes eu falo: “Olha, Expedito, estou com uma matéria sensacional aqui e tal, acho que é só nossa aqui, vamos segurar, eu vou agendar para amanhã de manhã cedinho, bota no jornal. Então esse diálogo acontece muito bem entre a gente”.

P: É o mesmo texto?

R: Tem casos e casos. Tem casos em que ele é tratado diferente até porque às vezes o espaço no portal é maior (...), mas já aconteceu também de ser o mesmo texto, quando o assunto é tão impactante, que já aconteceu de Expedito derrubar a página inteira: “Não, a 6 inteira vai ser sobre esse assunto”. Claro que a gente divide um pouco a diagramação, a gente bota uma matéria principal, o corpo vira uma coordenada, a gente reescreve o lead da coordenada, dá uma

ajustada. Muitas vezes já aconteceu... Normalmente só quem edita o jornal sou eu e ele, normalmente o repórter envia o mesmo texto para os dois, e cada um diagrama no seu espaço. Normalmente é o próprio editor quem faz os ajustes, as melhorias, as mudanças. Quando sou eu que escrevo, quando é Expedito que escreve, tem mais autonomia, tem essa troca de confiança entre os dois, mas isso estou falando de matérias especiais mesmo. Quando é uma coisa do dia a dia... A gente tem quatro matérias do Botafogo no mesmo dia: treino, apresentação, jogador contratado... Por uma questão de espaço, o jornal vem com Treze, Botafogo, Campinense e não vai ter espaço para duas matérias do Botafogo, então muitas vezes, condensa duas matérias em uma só, acaba sendo um texto bem diferente.

P: As mudanças implantadas no NIE tiveram algum reflexo nas rotinas de produção do jornal como um todo?

R: Quando o GE entrou, entrou também o tabloide do jornal. A gente foi curto por questões financeiras, mas ali a gente revolucionou o jornal impresso na Paraíba. Naquela época, o jornal era muito mais beneficiado com a integração. O jogo terminava à meia-noite e a gente chegava no outro dia com foto de capa, com repercussão. Ainda assim o jornal é beneficiado pela questão de você, eu lembro que quando eu passei pelo jornal, em 2008, eu fui repórter de Cultura e fazia Esporte. Astier era repórter de Cultura e fazia Esportes. O jornal ainda é muito beneficiado porque ele voltou a ter olhos em todo canto, querendo ou não; porque é um grupo. Em 2008, a grande crítica que se fazia era que o repórter esportivo não ia a treino, não ia a campo. O jornal hoje está quase todos os dias nos treinos do clube, então o ganho foi muito forte para o *Jornal da Paraíba*, ainda que na época do tabloide ele era mais revolucionário.

P: Qual a infraestrutura oferecida pela Rede Paraíba de Comunicação hoje para a prática do jornalismo polivalente?

R: Eles disponibilizam equipamentos, mas é curioso que a gente ainda está brigando para conseguir celulares para a equipe. Muitas vezes o repórter ainda usa o seu próprio celular para fazer ... Eu, particularmente, não vejo nenhum problema na pessoa usar o celular, mas a gente não pode exigir qualidade. Às vezes, a gente diz: “Faz uma foto do teu celular. Ah, meu celular é muito ruim”. Por mais que todo jornalista tenha que ter essa percepção, o celular deixou de ser luxo; do mesmo jeito que o bom jornalista tenha que comprar livro, fazer estudos, eu acho, ele tem que ter um bom celular, mas a gente não pode pedir, a gente não pode exigir, eu como editor não posso exigir... Tem notebook, tem laptop, câmera, 3G... Acho que deveria ter pelo menos mais uma boa máquina, os notebooks precisam ser renovados, essa questão do celular e acho que valia a gente ter uma câmera de vídeo que gravasse melhor, com qualidade profissional, para a gente tentar aos poucos produzir alguma coisa para a TV. Às vezes, a TV não tem uma equipe para ir ao treino, e a gente tem e poderia render umas imagens.

P: Como é a sua rotina de trabalho no Núcleo Esportivo Integrado?

R: Quando eu fui contratado era para dois turnos e, muitas vezes, ficava três. Este ano mudei isso, por conta de projetos pessoais. Hoje, eu chego no início da tarde e saio à noite. À noite já envio

algumas pautas, algumas pendências para o pessoal da manhã. Estou querendo ver se chego no final da manhã, para ver se ainda pego o pessoal da manhã. Em média, faço umas oito horas, nove horas, mas em dia de jogo faço muito mais – tem dias que ultrapassa as 12 horas. Faço edição à tarde, pela manhã Expedito também está na TV, e a gente vai instituir agora, a partir desta semana, pautas especiais.

Expedito é o coordenador geral do núcleo, é editor do jornal e da TV e eu sou editor do GE. Oficialmente, ele é o coordenador, lida com questão de orçamento etc.

P: Sem Expedito nos três veículos, funcionaria essa coordenação?

R: Acho que a TV poderia nos utilizar ainda de forma até melhor.

P: Como a implantação do Núcleo Integrado Esportivo afetou a cultura profissional, visto que se produz conteúdo para diferentes plataformas?

R: Muda nessa questão do que se espera de você. Antes se o repórter chegasse com um bom texto era suficiente, acho que as expectativas são maiores, o bom texto não é suficiente mais; se você tem um bom texto e não sabe mais bater uma foto, as pessoas vão ficar decepcionadas. O projeto, nós sabemos que nós estamos num núcleo, mas nem todo mundo na empresa sabe que existe esse núcleo. *(Dá exemplo de informação passada à TV e que a TV não deu a informação porque não confiou)*. Tipo assim: “Não é um dos nossos que está dando a informação, então não vou bancar”. Falta a empresa trabalhar mais nos outros profissionais. As pessoas desse núcleo estão a serviço dos três veículos. Nós temos muito mais essa percepção do que as pessoas de outros veículos. A gente tem muita facilidade no Globo Esporte, mas não nos outros telejornais. Se a TV não confia na informação que o editor passa, então troca o editor, né? Se o editor traz uma informação séria, então o editor tem que ser minimamente levado em consideração. Não deram a informação e mantiveram o VT do jogo (com informação errada) e precisaram corrigir no dia seguinte. A integração funcionou no portal e na internet e a TV foi dar no outro dia só, quando todo mundo já falava, quando todo mundo já dizia, por uma questão de velocidade, a TV teve a faca e o queijo a mão, seria a primeira a dar porque faltava só dez minutos para o jornal.

P: Se a TV trabalha com a cultura, com os códigos e regras da Rede Globo e se eles só vão confiar em uma informação checada e apurada por alguém da TV, então eles ainda não estão dentro da cultura de integração.

R: Eles ainda não sabem que nós somos eles. Isso é curioso. Eles ainda vêm como uma pessoa do portal, quando eu sou eles também. Até porque como o *Globoesporte.com* é um produto do Globo Esporte nacional, até na carteira de trabalho a gente é TV Cabo Branco, muito mais TV Cabo Branco do que *Jornal da Paraíba* no estrito direito, dever da coisa e tal. Eles ainda não vêm a gente como parte do processo de apuração. Eles têm mais resistência mesmo. Eles vêm a gente muito mais como mão de obra. Quando o jogo tá rolando, não tem repórter, então vamos fazer sonora. É mais como ferramenta do que como algo pensante. Não estou dizendo que isso é a visão coletiva da TV. Eu não imagino que isso seja uma determinação de cima para baixo: “Não pode...” Basta dizer que no início a gente tinha de pedir autorização para usar o carro da TV. Não

houve preparação maior dos outros. A empresa como instituição pecou por não preparar melhor... Faltou percepção de que não basta a gente saber que nós somos um núcleo. Teve muita gente que disse você têm de entender que vocês são um núcleo, mas este núcleo tem de funcionar a partir de que as outras pessoas nos vejam como parte integrante deles. É muito comum dizer assim: “Vá ver lá com o pessoal do portal”, o pessoal da TV fala, então algumas pessoas não têm a percepção de que não é o pessoal do portal; é o pessoal do esporte que é também da TV Cabo Branco. Então quando um editor chega lá e diz a informação é essa, eles têm que entender que nós somos parte do processo, que eles não precisam designar um produtor deles, para repetir a apuração, para confirmar o que a gente está dizendo. Porque também se eles querem fazer isso, é melhor trocar as peças do núcleo, pegar pessoas que todos confiem, do que ter esse trabalho duplo. É justamente esse trabalho duplo que o núcleo tenta evitar. E aí volto a dizer aquele negócio é a mesma coisa do repórter de antigamente que tem resistência em mudar, eu percebo que tem essa resistência, pô até ontem eu não podia confiar em ninguém que não fosse dessa redação, de repente chega alguém da redação do lado e quer passar uma informação, né? É questão de resistência, não é por maldade. É uma resistência natural, eu fiz a vida toda desse jeito. Não posso fazer diferente. Isso tem que ser melhor colocado na cabeça das pessoas, que esse núcleo é também TV Cabo Branco, esse núcleo é também o jornal, esse núcleo é também o portal. Não é o pessoal do portal, o pessoal da TV, o pessoal do jornal, é o pessoal do esporte.

APÊNDICE D – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE 5

Entrevista 5 – Realizada em 3 de março de 2015

Perfil: Jornalista, sexo masculino, 55 anos. Repórter esportivo do *Jornal da Paraíba*

P: como foi a sua trajetória profissional?

R: A minha carreira profissional no jornalismo é muito interessante, começou em 78, foi através da minha irmã, que ela estudava no estadual da Prata, que era o segundo ano do ensino, e foi através de um colega dela que trabalhava no Diário da Borborema, fazia a diagramação. E me convidou. Eu disse que ia: eu vou. Eu era jogador, jogava no Campinense, jogador a carreira é curta, e foi a partir daí que comecei na diagramação. Lá, fui aprendendo, era uma coisa muito complicada pros dias de hoje. Devido a minha curiosidade, eu comecei a permanecer... Na época o pessoal, os repórteres, eles traziam pra gente as matérias, tinha a mesa, os diagramas, as matérias, na máquina Olivetti que a gente chama, vinha tudo datilografado tudinho, tinha as laudas, e a gente ali, o processo era contar cada letrinha daquela, cada linha, cada toque, e tinha como se uma espécie de tabela, que eram os corpos das matérias, corpo 10, corpo 8. E através disso aí eu comecei a me interessar e comecei a ler, porque a gente tinha, especificamente, de dar uma olhada nos textos para contar, comecei a ler, comecei a ler, e quando os repórteres não traziam as matérias, de esportes, de policial, eu me sentava e começava a copiar tudo aquilo ali, e comecei a praticar, praticar, fui tomando gosto. Aí houve uma época que um repórter saiu e aí um colega meu, Tobias de Barros, inclusive ele faleceu agora há pouco, disse você vai ficar comigo no Esporte amador, que tinha uma página especificamente só para o amadorismo aqui em Campina, que era o esporte local e tinha de tudo. Aí eu fiquei com ele, comecei a fazer os textos, aí ele olhou, aí foi aperfeiçoando, e daí eu fui seguindo, só que eu não deixei a diagramação, fui fazendo os dois, entendeu, Angélica? Aí passou o tempo, aí em 84 eu deixei o *Diário da Borborema* e nesse período eu vim para o *Jornal da Paraíba*. No *Diário da Borborema* que era IMB, já era um processo muito avançado em relação ao *Jornal da Paraíba* que era linotipo, que era uma espécie de chumbo, inclusive aqui no jornal tinha as caldeiras aqui embaixo. E quando eu cheguei, eu vim para tirar umas férias de Assis Olé que era o responsável pela página de Esportes, já profissional, que eu já estava nessa área. E eu fiquei, só que eu comecei a prestar atenção que o jornal era no linotipo e não tinha o formato da capa, isso tudinho. Aí eles me pediram, você já trabalhou em diagramação, tem como tu... aí eu disse tenho, e comecei a fazer o projeto do *Jornal da Paraíba*. Fiz tabela, fiz tudo, e aí fui fazendo os dois, fiquei com essa área de diagramação e no esporte. Saí, voltei... Na época eu estudava, né? Eu fiz até o ensino médio e não concluí devido à correria, que eu fazia diagramação e saía do *Diário* sete horas da noite. E aí eu ia para a Prata, o Estadual da Prata, né, e lá a professora disse, eu lembro como se fosse hoje, ou você trabalha ou estuda. Aí eu disse: professora, eu vou trabalhar, porque só estudar... Tudo bem é bom, mas pela correria que eu estou tendo, essa correria toda, não dá não que eu desmaiei até na sala de aula... Eu parei. Eu parei, aí fiquei no jornal, fiquei aperfeiçoando, mas sempre dava uma estudada, né? Não parei de ler, tudo eu fui me aperfeiçoando, tanto é que, com um certo tempo, eu me profissionalizei, eu tenho RG e tudo. Tenho o registro profissional, eu consegui o registro profissional através daquela lei, que acabou, né, hoje quem é antigo não tem mais, né? E assim, Angélica, com a experiência que eu tive eu sempre dava aula para o pessoal da universidade. Incrível, né? O pessoal da turma de Comunicação sempre vinha falar comigo... e eu acho isso muito gratificante. Eu não ter sido formado, mas... Eu sempre dizia a eles: eu não fui formado na universidade, mas eu fui formado dentro do jornal na prática, porque vocês são formados na teoria. Muitas vezes eles se formam na teoria e não exercem mais. Muita gente não

se interessa mais de ir buscar, de pegar um estágio no online, pra ir se aperfeiçoando e eu não, eu continuei e essas coisas todas eu disse a eles. Olha eu me formei dentro do jornal mesmo. E me lembro, Wilber Monteiro, ele foi editor do *Diário da Borborema*, ele estava fazendo uma cadeira de diagramação, ele disse “Evandro tu vai fazer isso pra mim, pra mim passar”. E eu fiz todinho o projeto pra ele, entreguei pra ele, e ele começou a rir. “Rapaz, o professor notou logo, viu Evandro. E disse logo, não foi você que fez não, está muito...”. E ele começou a rir comigo e eu fiquei muito gratificado, inclusive por ele ter passado.

P: Aí nessa sua trajetória, quais as funções que você ocupou?

R: Passei pela diagramação, fui repórter e editor de Esportes aqui do jornal durante muitos anos. Na Policial, eu passei no *Diário da Borborema*. Aqui, eu passei 22 anos, na realidade; saí em 2007, voltei para prestar serviço, tirar férias, depois eu fui contratado de novo e faz três anos que estou na empresa de novo.

P: O que você entende, qual sua concepção de convergência jornalística?

R: Eu posso entender da parte jornalística mesmo falando, pela evolução do jornalismo, que está sendo um campo de um todo, que vem abrangendo todas as mídias, a web, e todas as áreas está atingindo. Antigamente não tinha internet, a briga era só entre jornais.

P: E jornalista polivalente, o que você acha que é?

R: Olha, polivalente já está dizendo, é aquele que exerce praticamente todas as coisas, é polivalente. Ele, a hora que você coloca lá, ele vai ter de exercer. Por isso que é importante, Angélica, você estar atualizado em todas as áreas, não só em uma. Eu sempre estou me atualizando, eu tou lendo política... até coluna social eu leio. Até anúncio você tem de ler, que às vezes tem um negócio interessante. E o polivalente tem de fazer as coisas. Se você for depender só de uma coisa, você não vai evoluir nunca. Então, você tem de continuar noutros setores, de tudo você tem de entender um pouco, de todas as áreas.

P: Você acha que ter um perfil polivalente, para produzir conteúdo para diferentes plataformas, para diferentes mídias, é o perfil ideal?

R: Para hoje em dia, o perfil é esse. O que requer de um bom jornalista é esse aí, você tem que estar dentro de tudo isso aí. Você não vai ficar só preso a jornal, você vai trabalhar numa rádio, ou como produtor de televisão. Você precisa estar bem preparado para todas essas coisas, devido à grande evolução que houve nos últimos tempos, uma evolução muito grande. Precisa estar lendo, se aprimorando, se reciclando... aí você vai alcançando as coisas.

P: Você acredita que os jornalistas devem ser “universais”, com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria?

R: Eu defendo assim, você tem de aprender de tudo um pouco, agora cada área tem seu perfil. Tem uns que se adaptam mais à área policial, tem outros de Esporte, Política. Olha só, no Correio, no domingo, eles pegavam por exemplo um colunista social para fazer Esportes. Você via que... o texto era da pessoa rir. Assim, eu acho, cada um no seu setor. Eu via colunista social fazendo esporte, agora o texto não tinha nada a ver. Você pegar uma pessoa que não está acompanhando e colocar para fazer aquilo ali. Muitas vezes sai coisa errada. Eu acho que isso não é bom para o jornalista, para você não confundir as coisas depois.

P: Você sabe o que é redação integrada?

R: Eu achei maravilhoso essa integrada, são as reações juntas, João Pessoa com Campina. Antigamente havia gente, mas só tinha um repórter em João Pessoa e um em Campina. Hoje você vê que ela abrange, coisas maravilhosas, você tem como pegar informações de lá e daqui e passar as experiências. Isso foi um avanço muito grande para o jornalismo, essa coisa de integração. Eu tenho uma informação lá e você não tem aqui. Pode pedir a alguém para completar uma informação e você faz. Eu achei isso muito maravilhoso, essa interação que está havendo hoje em dia entre as redações.

P: Você sabe o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar esta experiência de integração de redações?

R: Na verdade, assim nunca me contaram não. Esse projeto aí, não me passaram. Eu fui contratado pelo Jornal da Paraíba, mas disseram “Não, você vai ser dos dois, a gente tem um núcleo”. Aí eu disse tudo bem. O que eu achei interessante é que melhorou para o jornal, então tem casos de férias, se você não faz sua matéria, porque você pode faltar por causa de uma enfermidade, e aí tem uma pessoa que supre. Então, esse projeto, eu achei interessante, achei maravilhoso também, achei isso muito bonito.

P: Em que estágio a integração se encontra atualmente no Esporte? Que aspectos é preciso alcançar para considerar a equipe 100% integrada?

R: Não está funcionando 100%. O que eu acho que deveria melhorar, os caras às vezes ficam com raiva de mim, porque eu falo, por exemplo, digo tira isso daí. Em termos de *web*, o *Globoesporte.com*, por exemplo, eu mando o texto hoje e eles guardam para outro dia. Isso é inadmissível para uma *web*. *Web*, site isso é imediatismo! Nem jornal você segura pro outro dia, rapaz, a matéria não. E eu vejo isso mito num treino, num coletivo. *Web*, bote uma coisa na sua cabeça, isso é igual a rádio, você não pode guardar notícia nem por meio minuto, nem por meia hora você não pode guardar, você tem de publicar logo. Porque é online e tem os outros. Já trabalhei já tudinho com *web* e não foi só no *Globoesporte.com* não. Eu já tinha trabalhado antes, no *Paraibaonline*. Eu fazia direto, é imediatismo, tem que melhorar nisso. Às vezes colocam do jeito que tá o texto, mas tem de olhar tudinho. Na semana retrasada, uma matéria do treino do Campinense, vieram colocar com quatro dias. Eu já estava envergonhado. Eu disse, essa matéria está vencida. No mesmo dia fica vencida se não colocar logo, perde o sentido.

Outra coisa que vejo também, essa questão dos textos. Pro jornal, não faço questão não, de fazer 30, 40 linhas não, agora pra *web*, essas coisas de “pontocom”, você tem que fazer um texto rápido e objetivo. O internauta não vai passar o dia todo vendo aquilo ali não. Eles só olham o primeiro parágrafo e passam para outro texto. Agora uma especial, uma matéria produzida tudo bem, né? A diferença está aí, agora no contexto diário, você fazer uma matéria grande, essas coisas todas, não! Eu me lembro, Angélica, não sei se foi na saída de Rosilene. Para você ver, o pessoal lá do Rio de Janeiro, aquilo que eu estava falando, o cabra falou, o editor de lá falou: “E aí rapaz cadê a matéria dessa dona Rosilene?” Aí responderam: “Não, a gente está produzindo”. Aí ele botou assim ó, deixa eu ver se eu lembro do texto: “Gente para essa nossa área aqui, um minuto vale um dia. Você tem de botar um texto com cinco linhas e o resto você vai desenvolver”. O que eu estava falando é isso aí, não pode estar esperando não. Você tem de ser imediatismo, para isso aí. Outra coisa que eu vejo que é interessante, que eu estava falando com o pessoal de rádio, que também está atingindo as rádios. Essa coisa de ficar viciado na informação imediata. Eu disse, olha Joãozito, eu disse, estou preocupado, vocês têm resenhas, têm repórter para dar ao vivo, agora vocês ficam lendo o *Globoesporte.com*, ficam lendo os textos dos jornais, um retrocesso grande. Eu disse, vocês têm repórter, têm de dar ao vivo. Eu disse a eles, vocês são rádio, vocês

têm de pautar a gente. Hoje em dia um atraso muito grande, eles estão lendo os textos todos do jornal, as rádios, eu acho isso um atraso muito grande, uma retrocidade, um negócio que saiu ontem. Eu nem escuto mais resenha por causa disso. Eu disse: a gente é que tem de se pautar por vocês e não o contrário.

P: Como é a sua rotina de trabalho no Núcleo Esportivo Integrado?

R: Hoje, na minha função hoje, eu produzo pro jornal, inclusive as apresentações dos jogos só quem faz sou eu. Expedito me escalou, disse olha você vai fazer as apresentações, você tem mais experiência.

P: Você faz um texto só, ou faz para o jornal e para o portal?

R: Eu fazia pro jornal e fazia pro site. Pro jornal tem que trabalhar com o “ontem”, com o portal “nesta sexta”. Agora, acabou isso, eu mando e quando chegar lá ele que adapta para o jornal, e para o site sai do jeito que eu mando. Os jogos, eu cubro de casa. Já tem repórter para cobrir isso (*no campo*), que são os setoristas. Por exemplo, tem outro repórter que vai pegar as repercussões, depois do jogo entrevistar os jogadores. Eu faço a crônica de casa, no final de semana, acompanho pelo rádio e quando tenho dúvida ligo para o companheiro, por telefone, que está no campo, ligo também para o pessoal do rádio, que tenho muitos amigos nessa área. Eu faço a crônica e o Tempo Real é lá em João Pessoa. Agora, não tem cabimento uma pessoa só fazendo dois “Tempo Real” de uma vez só. Phelipe um dia desses estava com dois jogos. Eu disse: “Mas, rapaz, como você está fazendo?” Ele disse: “Eu fico num rádio, outro no outro. Estou doidinho”. Eu acho que precisa aperfeiçoar isso. Crônica você até consegue fazer, porque eu tenho experiência; o cara fica doidinho, pega uma coisa, pega outra e vai encaixando. Aí dá legal! Aí eu disse, mas rapaz fazer dois Tempos Reais não dá certo não. Um sai melhor e outro sai mal feito. Tira toda a concentração. Eu achava necessário que eles botassem também uma pessoa para cada jogo, que saía aperfeiçoado. Às vezes, você pega o Tempo Real e está todo de mau jeito; em vez de sair com 5 minutos, sai com 30.

P: Você faz quantas matérias por dia?

R: Faço três matérias por dia, agora, na sexta, que eu faço umas sete, cinco, seis, que são as matérias do sábado e do domingo.

P: Quando vai a treino, você fotografa também?

R: Não, sempre levo o fotógrafo do jornal. Eu sei que os tempos requerem que o repórter bata foto também, mas eu acho isso errado. Deve ter um repórter profissional. Você vê as fotos do portal, são desfocadas, tremidas, escuras. Você pega, o jogador está com uma cara desse tamanho. Quando é o fotógrafo profissional, não, a imagem é perfeita. Você pegar uma foto de treino, tudo bem, agora quero ver é pegar lance, é o profissionalismo. Se você pegar fotos de Silas, fotos de campo, o jogador aparece pequeno. Agora, se você pega uma foto do fotógrafo do jornal, ela dá uma vida, até no jornal mesmo, embeleza uma capa.

P: Isso para você é um ponto negativo?

R: Se não tiver fotógrafo tira, agora, em dia de jogo, eu acho errado. Devia ter um profissional mesmo. Quando você vê as fotos de Leo, Kleide, é uma coisa diferenciada.

P: Qual a infraestrutura que oferecem para você?

R: O gravador próprio, não recebo computador da empresa, nem celular.

P: Quais foram as regras que a empresa passou para você sobre núcleo integrado?

R: Quando eu cheguei, Expedito disse que agora eu iria fazer para o jornal e para o *Globoesporte.com* também. Às vezes, querem enfeitar muito texto. Eu gosto do negócio logo direto.

P: Quando eu apliquei o questionário, a maioria falou que achava que o jornalista deveria ser polivalente. Você acha que o jornalista pensa dessa forma porque é bom para o jornalismo ou por que é uma forma de se adaptar ao mercado, com medo de perder o emprego?

R: Eu acho que você tem de se adaptar ao mercado, devido à evolução em relação a essas coisas, que eu falei, tem que se adaptar a essas coisas, porque não vai ficar só jornal, e jornal tem gente dizendo que vai fechar, mas faz mais de 30 anos que eu escuto essa conversa de que jornal vai fechar, mas quem sabe é Deus, o futuro pertence a Ele.

P: Em relação ao passado, o que mudou?

R: Mudou muita coisa. Quando era só jornal, você tinha mais tempo de produzir o texto, tinha mais tempo de ir ao estádio, de ficar lá, sem essa coisa, de olhe, manda logo o texto, senão outro site vai trazer, aí o texto sai de todo jeito, naquela pressa. Poderia trabalhar o texto melhor; no passado a gente tinha mais tempo, agora tem que fazer nas carreiras, preocupado que outro site vai dar.

P: Você acha que o jornalista polivalente deveria ganhar mais?

Com certeza, que ele vai dobrar a função dele, vai ter mais trabalho para ele, mais preocupação. Requer mais dedicação dele, vai mexer com muitas coisas. Tem que ser remunerado.

APÊNDICE D – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE 6

Entrevista 6 – Realizada em 24 de fevereiro de 2015

Perfil: Jornalista, sexo masculino, 44 anos. Apresentador e repórter no programa Globo Esporte.

P: Como foi a sua trajetória profissional?

R: Comecei no rádio. Na verdade, em 1989, minha família montou uma rádio no Paraná e me deu vontade de conhecer, estava finalizando meu curso do Exército e deu vontade de conhecer. A rádio ainda estava em fase experimental e foi meu primeiro contato com a comunicação. Minha família é toda daqui de João Pessoa, mas meu tio e meu pai, está por lá desde a década de 1970, minha vida foi sempre entre o Paraná e a Paraíba, e quando minha família montou a rádio, tive vontade de conhecer e fui para trabalhar lá. Mas só que um tio meu, que administrava a rádio, não queria que eu trabalhasse, que eu não tinha experiência, achava que eu não era capaz. E isso me deixou meio triste na época e voltei para João Pessoa colocando na cabeça essa coisa de trabalhar em rádio. Queria trabalhar em rádio. Quando comecei foi vendendo discos. Em 1990, comecei na Arapuan, ainda no edifício Régis, na Duque de Caxias. Meu início foi bem estranho de se falar. Eu fiz um teste, eles não me deram resposta nenhuma. E eu fiquei 30 dias indo pro horário de trabalho, eu ia para a rádio como se tivesse indo trabalhar, mas eu não tava empregado, não tava nada. Até que no trigésimo, quando eu cheguei no prédio, o diretor olhou para mim e disse: Você começa amanhã. Então foi uma surpresa. E daí eu não parei mais. A Arapuan foi vendida, por problemas financeiros. Eu parei um tempo de um ano e pouquinho fora da comunicação, fora de rádio, fui trabalhar com aluguel de carros. Até que quando a rádio foi comprada por esse grupo novo que está aí até hoje, eles me convidaram e eu voltei. Trabalhei mais algum tempo e em 98 eu mudei para a rádio Transamérica, que fazia parte do Sistema Correio, passei dois anos e saí da Transamérica. Quando saí, em 2000, eu decidi que tinha de fazer outra coisa: eu queria trabalhar em televisão. E aí eu criei um projeto, que era um programa de televisão chamado Esporte Motor. Eu lembro que na época eu sempre fui muito aficionado por automobilismo, na época, e eu queria ser piloto, queria correr, de Kart. E fiz um projetinho para vender patrocínios para a minha equipe. E aí os empresários sempre perguntavam, onde você vai aparecer? E eu vi a dificuldade dos pilotos nesse sentido: não tinha espaço para aparecer. Então eu resolvi criar um programa de televisão, desisti da minha breve carreira de piloto e decidi criar um espaço, um programa de televisão voltado para o esporte a motor, inclusive o nome do programa era Esporte Motor.

Então passei três TVs com esse programa.

P: Você já tinha trabalhado com esporte nas rádios, ou antes era só música?

R: Era só música. Esse programa foi minha grande escola. Passei quatro anos sozinho fazendo esse programa: eu pautava, eu produzia, eu dirigia, ia para a rua, eu que filmava, fazia entrevista, fazia roteiro, editava e entregava na televisão pronto. Era um programa de meia hora semanal. Passei quatro anos no ar com esse programa, comecei na Tambaú, depois O Norte, que hoje é clube, e depois fui para uma TV a cabo. Então, no finalzinho desses quatro anos, o programa já não estava rendendo. E eu precisava trabalhar também, não tinha jeito; o programa tomava muito tempo. Eu passava a semana produzindo, e o final de semana editando. Nesse meio tempo, gravava comerciais para sobreviver, aí fui chamado para a Jovem Pan e, paralelamente, ainda tinha o programa na TV a cabo (...), mas não estava dando conta. Então, resolvi tirar o programa do ar. Nesse meio tempo, quase que simultaneamente, na época o editor regional das TVs Cabo Branco e Paraíba era Luiz Augusto, que é um jornalista lá de São Bernardo do Campo, ele tinha

visto um trabalho meu no Esporte Motor, aí ele perguntou: Você quer fazer um piloto pro Globo Esporte? Aí eu disse quero. Aí eu fiz esse piloto.

P: Como apresentador?

R: Como apresentador. Eu fiz o piloto, aí ele viu, assistiu e disse. É isso aí. Quer começar? Eu disse, quero. Então fiz mais uma semaninha de pilotos, para pegar o jeito. Meu tinha até na questão da locução, para apresentar em TV, eu tinha uma velocidade muito maior. Aí eu precisei aprender a como apresentar numa velocidade mais tranquila, mais pé o freio. Essa foi a maior dificuldade no início. eu estreei no dia 5 de agosto de 2005, dia do meu aniversário. Estou fazendo 10 anos e tr ano aqui. Em pouco tempo, eu também já estava fazendo reportagens, que eu também fazia no meu programa. E eu sempre fui muito crítico com o que eu fazia. Eu tinha TV a cabo e eu procurava fazer o mais próximo possível dos grandes programas que tinha na época. Tinha inclusive um programa mexicano chamado Automotor, que era apresentado na ESPN, na época, e eu achava fantástico a forma como ele fazia, como ele apresentava direto da Cidade do México. Ele fazia Fórmula Indy, Fórmula 1, ele fazia todos os campeonatos internacionais. E foi essa escola toda assim, eu fui meio que fazendo, vendo o que os outros faziam, com produtos de qualidade pra poder tentar me aproximar o máximo. E aí eu trouxe essa experiência para dentro do Globo Esporte e eu acho que deu certo.

P: Em relação à questão formal, você não é formado em Jornalismo. Você tem registro provisório?

R: Não sou formado, tenho registro. Quando saiu aquela liminar, lá do Rio de Janeiro, daquela Vara Cível, aquela história toda que derrubaram o diploma, logo que saiu, eu fiz meu registro. Eu tinha o registro de radialista. Quando eu comecei no rádio eu comecei antes da necessidade do curso de radialista. Aí quando foi julgado no STF, os que possuíam o registro durante a tramitação da liminar, permanecem com o registro em vigor. Já conquistei o (registro) definitivo.

P: Você trabalha há 10 anos na TV. No grupo são quantos anos?

R: No grupo são 12 anos.

P: Hoje, quais são as funções que você desempenha?

R: Apresentador, repórter, repórter de rede, editor, coeditor, produtor. Enfim, a gente tem que meio que fazer tudo. Por exemplo, no bloco do esporte do Bom Dia, praticamente eu tenho de produzir todo o material que vem. Como a equipe é muito pequena, e muito difícil ter um material pronto, acabado quando eu chego, então eu vejo mais ou menos o que vai ser notícia do dia, as notícias relevantes do dia anterior, e aí produzo o material para ser apresentado no Bom Dia.

P: Na carteira, está registrado como?

R: Repórter, não lembro aí. Tem um nível.

P: Você desempenha todas essas funções diferentes. O que você desempenha hoje, em relação ao núcleo integrado, você trabalha só para a TV, faz alguma coisa para o GE, para o jornal, para o portal do Jornal da Paraíba?

R: Hoje eu não faço. Comecei. Quando o Globo Esporte começou, eu tentei fazer as duas coisas, até em dois horários diferentes, mas não dá, porque a internet exige uma concentração, um foco muito grande. Praticamente, se você senta as duas horas da tarde, você vai fazer suas horas de

trabalho ali o tempo inteiro. Não há um momento de descanso, digamos assim, eu acho, porque são muitos detalhes. É a notícia, você tem que escrever, tem que ver se está tudo Ok, que paginar, editar a matéria, colocar foto, todos aqueles detalhezinhos para a matéria ser exibida na internet. E, muitas vezes, acontece de chegar duas, três matérias e você acaba se atropelando e não fica muito legal. E, naquela época, a equipe era muito menor; hoje é bem maior. Fiquei uns quatro meses, mais ou menos. (trabalhando para a TV e também o GE), então, como eu também fazia o Bom Dia nessa época, eu chegava muito cedo, Chegava a tarde, já estava esgotado, eu não rendia bem. Por conta do tempo, do horário. De quatro da manhã até... início da noite.

P: Quando foi criado o GE, que aí começou o conceito de integração, houve alguma imposição, alguma determinação de que todos teriam de trabalhar para todos os veículos, ou foi espontaneamente?

R: Não houve imposição. Eu vi uma oportunidade de trabalhar mais, sem necessidade de ir para outra empresa. Então você ganhava mais para isso, para trabalhar em dois horários. Facilitava para mim, porque era no mesmo prédio. Muitas vezes os meninos do portal saem, para fazer uma matéria de um treino, por exemplo. Eles fazem as sonoras, fazem imagens, tiram fotos, mas não fazem a matéria da TV, fazem o material do portal, e passam o material da TV pra nós, mas não precisa escrever off, editar. Quando comecei, fazia a matéria da televisão, mas também precisava fazer todo o material do Globo Esporte. Nessa experiência do GE, fazia sonora, apurava, editava. Mais ou menos como os meninos fazem hoje. A diferença é que a gente pega o material, edita e faz o off de maneira mais tranquila.

P: Para você, o que é um jornalista polivalente?

R: É aquele que não está ali apenas para cobrir uma pauta, principalmente na televisão, que é o meu caso. Então eu cubro Expedito em todas as funções dele, na edição, na apresentação, na reportagem, no planejamento das pautas do dia.

P: No seu histórico de vida, houve um momento em que vc era um jornalista polivalente, quando você estava trabalhando por conta própria. Você acha que se encaixa nesse conceito de jornalista polivalente?

R: Eu acho que hoje é mais fácil (risos). Porque eu fazia tudo sozinho. Não tinha sentido ter **rol**, direção, câmera, edição, luz, áudio, não tinha sentido ter um rol, porque era tudo que eu fazia tudo. Por isso acho que fazer televisão para mim é mais tranquilo, do que na época que eu fazia.

P: Você acha que ter um perfil polivalente, com produção de conteúdo para diferentes plataformas, é o ideal para a profissão de jornalista, para o jornalista?

R: Se é o ideal, eu não sei te dizer ainda. Eu acho que de alguma forma você vai falhar. Porque você vai se dedicar mais a algum ponto que você acha mais forte. É como na escola. Você se acha mais forte naquela matéria, gosta tanto que se dedica mais a ela, e as outras, negligencia. Eu acho que a gente tem de ter uma equipe maior, mesmo sendo jornalistas polivalentes, a equipe precisa ser maior para evitar essas lacunas.

P: No questionário que eu apliquei com a equipe, a maioria concordava que o profissional tem de ter um perfil polivalente. Você acha que isso é uma forma de o jornalista reagir às exigências do mercado. Com medo de perder o emprego eles começam a achar que tem que ter esse perfil polivalente?

R: Não acho que seja pelo motivo de perder. O problema é que o mercado não adquire profissionais suficientes nas empresas, nas corporações para ocupar os cargos e dar conta dessa demanda.

P: Então, as empresas buscariam o perfil polivalente por isso que os jornalistas estariam buscando também esse perfil?

R: Não. Eu acho que as empresas não querem arcar, de certa forma, com mais empregados.

P: Não querem arcar com mais empregados, aí eu prefiro contratar repórter X que sabe editar, sabe apurar, sabe redigir do que um outro profissional que só é bom em uma função?

R: De certa forma é, de certa forma isso acontece. E você acaba no dia a dia, como eu posso dizer, tendo essas outras funções pela falta de um profissional. Você tem que fazer, você tem que mostrar o produto, você tem que trazer o produto pra casa. E às vezes falta um profissional numa determinada área, então não tem; você tem que fazer, você tem que cooperar nesse sentido. E isso acaba, no cotidiano, acaba você acaba tendo mais uma função e tirando alguém do mercado, de alguma forma. Eu acho isso, mas isso é uma tendência não só no jornalismo, acho que para qualquer outra área. Engraçado que, por exemplo, minha família basicamente assim, trabalha muito no ramo da medicina. Eu tenho tio médico, primo médico, minha outra prima é administradora de um hospital, meu pai é secretário de saúde, foi secretário de Saúde no município onde ele mora no Paraná, já foi administrador de hospital também... e antigamente você via que era o clínico geral. Na medicina foi o contrário, onde em dia cada um faz a sua especialidade e não quer se envolver com outras especialidades. Inclusive o meu tio, ele tem todas as especialidade, ele é clínico geral, ele é pediatra, é cardiologista, ele não se aprofunda em uma especialidade. Ele é polivalente, mas hoje os médicos não querem isso.

P: Algumas empresas buscam o perfil chamado “universal”, com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria. Você acha que tem que ser?

R: Não necessariamente. Quando comecei, me chamaram para fazer Esportes. Mas há os recessos do futebol. Inclusive, no início, quando entrou o primeiro recesso, o pessoal me colocou na rua para fazer factuais. Então voltei e disse: se for para continuar assim, não me interessa. Fiz um ou dois VTs e não gostei do produto final.

P: O que você entende pelo termo convergência jornalística? Já leu sobre isso?

R: Não li sobre. Eu entendo que é uma espécie de jornalista polivalente, é o que se adequa a qualquer plataforma de mídia, seja para escrever para o jornal impresso, que já está virando jornal eletrônico, mas que tenha capacidade de escrever um off para televisão, que tenha capacidade de escrever para internet. E aquela matéria pode ter versões para várias plataformas. É isso que eu entendo.

P: E redação integrada?

R: Olha eu acho importante, mas acho que nós não temos. Principalmente no esporte, aquele núcleo esportivo e tal. Porque numa redação integrada, a gente fala a mesma língua. É o mesmo que colocar numa mesa redonda vários comentaristas políticos, todos vão entender e todos vão ser fontes para novas pauta. Então, na redação integrada, a gente está produzindo para a TV e que no portal só vai entrar daqui a uma hora, então, acho que a gente teria de ter. Acho que é mais essa troca de informação entre todos os veículos.

P: Você sabe o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar esta experiência de integração de redações?

R: Acho que não está integrado, para começar teria que estar todo mundo junto, fisicamente. E a gente não está. Claro que existem as pessoas que coordenam, os cabeças, que ficam ali, distribuindo todas as funções, mas acho que ainda está muito disperso. Primeiro tem de estar fisicamente junto, para poder funcionar. Não teve reunião, não teve palestra. Chegou com a criação do GE, foi chegando, no dia a dia, se adaptando. Não houve planejamento, foi acontecendo.

P: Você sabe se projeto de integração do NIE é inspirado em outros modelos?

R: Como a gente é Globo, sei que tem como padrão a rede. A redação do GE em Recife e da TV é no mesmo espaço. Lá eles trabalham com o conceito de redação integrada?

Sim, acho que lá eles estão mais integrados. A questão física é muito importante. E é preciso ter muito cuidado com o ego, sabe. “Ah, isso aqui é mais importante do que isso ali”. Não, o mais importante é a notícia. Para não achar que a gente está competindo, nós não somos concorrentes. Em grandes notícias, que a gente sabe que o nosso fato só vai ser divulgado no dia seguinte. Acho que a prioridade é divulgar. Eu acho muito perigoso colocar essa coisa de “quem é a prioridade”. Quando você coloca prioridade, você diz que alguém é mais importante.

P: Em que estágio você imagina que a integração está agora no Núcleo Integrado Esportivo? Que aspecto você acha que tem de melhorar?

R: Não acho justo, a questão de salário. Não acho justo alguém que recebe o piso salarial. Da forma como somos remunerados – falo isso e não digo nem por mim. Acho que deveriam receber mais.

P: Como é a sua rotina de trabalho no Núcleo Esportivo Integrado?

R: Acordo às 3h40, para pegar uma van às 4h10. Chego às 4h20. De manhã, dou uma olhada nos portais, para saber o que rolou de notícia, ou já venho com alguma ideia do dia anterior daquilo que pode ser mais importante para o dia seguinte e vejo o que já tem de material para isso. Quando a gente tem rodada, eu produzo esse material com os gols do dia anterior, quando a gente não tem, na manhã mesmo, entre 4h30 e 5h30 da manhã, né, já para poder o jornal ter uma ideia do que vai ter no bloco do esporte no Bom Dia, né? E aí eu vou ter que desenvolver, vou ter que ir atrás de material para poder colocar na hora, seja arte, seja nota, VT, aí tenho que escrever off, enfim, isso pro Bom Dia. Então eu tenho um intervalo aí pro café da manhã, depois de 7h30, e quando volto, volto pra redação do Globo Esporte, aí já pra preparar o Globo Esporte. No sentido de seja para produzir matéria, seja pra ver o que a gente vai dar no jornal, enfim, e as pautas do dia seguinte também e aí vai até uma e meia da tarde. Aí eu apresento meio dia e quarenta e cinco. Entro no ar, a gente tem em torno de 8 a 15 minutos de jornal, dependendo do dia e aí uma e meia eu tô saindo.

P: Vocês fazem reunião de avaliação todo dia?

R: Não tem, não tem. Principalmente por causa de Expedito. Como ele abraça muita coisa e ainda tem a família, então não tem muito tempo, né? Mas seria importante, a gente chegou a fazer um tempo aí uma reuniãozinha de 15 minutos depois do nosso bloco GE, mas aí um não pode, outro não pode... Seria importante todos sempre, né?

P: Nessa sua rotina, o que você aproveita do que é produzido para o jornal impresso e para o GE?

R: Depende da matéria. Tem muita coisa, por exemplo, que o GE já deu e outras que a gente faz uma espécie de acordo. Dependendo da matéria, tem umas matérias que são mais produzidas e tal, não tem uma importância...

P: Eu vi que vocês citam uma notícia, vocês colocam na tela a imagem do GE...

R: É, é, às vezes acontece isso, que é quando a gente não teve equipe para produzir o material.

P: Aí se você não tem imagem, você usa...

R: Usa o GE.com para ilustrar exatamente aquela matéria, aquela reportagem.

P: Já teve o caso também de você não ter mandado a equipe e usar material também que foi feito pelo GE, só uma sonora, uma imagem do portal?

R: Poucas vezes, a gente usou imagem de celular. Acho que posso contar nos dedos de uma mão.

P: Por conta de qualidade do material?

R: É, às vezes por conta, acho que é mais, depende muito da relevância. Acho que dependendo da notícia, pra gente, acho que é mais importante ilustrar com o *Globoesporte.com*, porque você também, de certa forma, divulga o endereço do portal, do que mostrar apenas uma imagem de celular. Acho que é mais por essa decisão que a gente tem. A gente divulgando o *Globoesporte.com*, a gente divulga o endereço do portal

P: em relação à infraestrutura, o que é que a empresa hoje oferece para esse trabalho integrado?

R: olha, a gente tem, as equipes que a gente usa são equipes do jornalismo. A gente fala jornalismo é diferente... O que eu quero dizer com equipe do jornalismo, a gente não tem uma equipe própria do esporte. Então, para fazer as reportagens, a gente tem horários definidos pela chefia de redação e a gente utiliza uma equipe de UPJ para ir para rua fazer as pautas do esporte, mas cai muito naquilo às vezes, não são repórteres especializados, são repórteres do factual, do dia a dia, da geral que a gente chama, né, pra cobrir o esporte. Exceção, quando a equipe está disponível, mas não tem repórter então a gente manda alguém do *Globoesporte.com* com essa equipe e lá ele faz entrevistas, mas aí não vem off, não vem passagem, não vem o material acabado. A gente tem que produzir.

P: Vamos falar um pouquinho agora sobre cultura profissional. Quais são as regras e concepções definidas pela direção de jornalismo para a cobertura esportiva na Rede Paraíba de Comunicação?

R: Acho que mais regras de linguagem, pra gente ter um padrão. Eu acho que todo evento que tem relevância. Não existe uma determinação nesse sentido. Eu acho que a gente aqui, assim, os profissionais que trabalham principalmente na coordenação do esporte, a gente procura ver os eventos que têm mais relevância para cobrir. Não existe uma orientação geral para isso.

P: Você acha que, com o núcleo integrado, está mudando a cultura profissional em relação ao que vocês faziam e tiveram que mudar a rotina?

R: Acho que, eu não sei te dizer. Eu não sei se quando eu cheguei não foi num ponto já de transição, entendeu? Não sei te responder isso.

P: como é que essas regras, você sabe que as empresas têm regras, como é que essas regras, essas normas são passadas para vocês?

R: para o Globoesporte.com é tudo feito pela direção geral, da Globo lá, no Rio, que é passado pra Phelipão e Phelipão passa para o pessoal, nessa questão aí. Na TV a gente não tem muito... porque a questão... porque a TV a gente faz um material para ser divulgado em âmbito local. Então é diferente da internet. Internet quando você coloca, o mundo inteiro vê. Então é preciso ter certas regras e essas regras são vindas dessa forma... Por exemplo, nós tivemos o vôlei de praia. O vôlei de praia aqui, o circuito, é um evento nacional, mas está em João Pessoa, então a prioridade é João Pessoa cobrir, né? Então, existe basicamente isso, não tem muita diferença.

P: Você falou agora Phelipão. A gente tem dois editores, tem Phelipe Caldas, tem Expedito Madruga, quem hoje coordena esse núcleo integrado? Eu percebo Expedito como coordenador geral desse núcleo. É Expedito?

R: Assim, Expedito ele é muito tranquilo nesse sentido. Então, Phelipão ouve muito Expedito; Expedito é meio que maestro dessa turma toda, mas eu não sei te dizer se existe diferença entre os dois.

P: Expedito hoje atua no portal, no jornal e na TV. Para ter integração, você acredita que tem de ter uma pessoa que circule em todos os veículos envolvidos na integração, como é Expedito hoje?

R: Isso é necessário. É necessário uma pessoa que possa agregar tudo, né? Agregar não no sentido de ter todo o trabalho, mas no sentido de tornar a equipe mais coesa, no sentido até de sugerir. Por exemplo, Kako a gente vai ter um jogo no fim de semana, traz alguma coisa pro *Globoesporte.com*, tira algumas fotos pra gente colocar no jornal, enfim, esse tipo de coisa, né? Uma pessoa que tenha a visão de fora para poder agregar toda a equipe.

P: Você acha que hoje ele atua dessa forma?

R: Atua, mesmo que algumas decisões sejam dadas por Phelipão, mas ele sugere muito.

P: Os vídeos que você passa na TV, você apresentando o programa, eles também estão no GE. Quem coloca esse material?

R: Tem uma equipe técnica lá no portal, que é responsável de gravar esse material e disponibilizar...

P: Então não são os jornalistas?

R: Não. Não sei o do G1, mas o do Bom Dia, quem faz isso é Maurício. O do Globo Esporte eu não sei, eu acho que é Phelipão eu coloca no ar. A questão técnica, tem um pessoal que grava e separa os trechos ou a íntegra do programa para ser colocada no ar.

P: O que você acha que ainda é importante falar sobre esse assunto?

R: Na questão do esporte, eu acho que principalmente mais independência.

P: Independência em relação a quê?

R: Em todos os sentidos. Eu vejo, por exemplo, o Núcleo de Esportes da Rede Globo, ele inclusive tem o seu próprio departamento de marketing. Por exemplo, pra se criar projetos, pra se criar eventos. Eu... Se você prestar atenção, por exemplo, num domingo que estiver em casa vendo o Esporte Espetacular, aqueles eventos Verão Espetacular, enfim, é tudo criado pelo Marketing do Núcleo de Esportes. Às vezes, não que o marketing da empresa não tenha competência, não é isso, mas é como eu te disse antes, às vezes é preciso um especialista para poder entender a necessidade de algumas coisas. E a demanda da empresa é muito grande pra poder atender. A gente tem aqui jornal, TV, rádio, os portais... e acho que o esporte é muito específico, o público é muito específico.

P: Você acha que era para ser um núcleo realmente integrado, independente, com equipe de UPJ...

R: Exatamente

P: Teve um ponto aqui que a gente então tocou. Ainda que a integração não esteja 100 %, mas a rádio não está, de forma alguma, inserida nesse contexto. Como você vê essa questão da rádio?

R: Eu acho que é porque a equipe da rádio não é uma equipe própria, né? Eu não sei como a equipe tá, se ela é contratada, se eles têm um horário disponibilizado na rádio para fazer o programa, eu não sei te dizer como é isso.

P: Mas exatamente, a TV não tem relação com a rádio, a rádio também...

R: Não, muito pouco. O máximo que acontece é o seguinte. Como a gente não transmite na televisão os jogos, então às vezes a gente tem um... as matérias de TV têm uma missão muito de surpreender o telespectador. Então, existem algumas coisas que a gente usa, o gol narrado pelo cara do rádio, pra você colocar na televisão. Então, o máximo é isso. O título do Botafogo em 2013, a gente trouxe o locutor do jogo, estou tentando lembrar o nome dele agora... a gente trouxe para ser entrevistado e tal, então a gente fez mais ou menos isso. Mas não vejo essa integração...

P: Você acha que deveria existir? Porque, por exemplo, em outros grupos de comunicação, como a RBS, que tem o Zero Hora, nos projetos de integração deles, Kako sai para fazer uma matéria, então Kako já traz uma sonora, um áudio, uma entrevista que já vai servir para o rádio, já gente lá, já edita... Então, no projeto, da forma como foi concebida, a rádio já faz parte daquilo ali. Tem um horáriozinho na CBN, por exemplo, que Phelipe Caldas vai comentar...

R: Eu acho que é importante. Eu acho que deveria ter, mas nós precisamos tratar os egos, as vaidades. É um perigo, a vaidade é um perigo pra esse tipo de projeto.

APÊNDICE D – ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE 7

Entrevista 7 – Realizada em 4 de março de 2015

Perfil: Jornalista, sexo masculino, 40 anos. Editor do Globo Esporte TV e da editoria de Esportes do *Jornal da Paraíba*. Coordenador do Núcleo Integrado Esportivo.

P: Como foi sua formação na universidade e de que forma essa formação contribuiu para o exercício de sua profissão?

R: Me formei em 1995. Na época, eu não sei como está hoje a estrutura do Decom, na época a gente tinha muito dificuldade, tinha muito coisa ainda precária, embrionária, não tinha a estrutura que tinha hoje, mas acho até que ajudou porque você acaba se desdobrando mais, em todas as mídias a gente aprendia mais. Tem uma frase de Marcondes Brito que ele diz que, às vezes, o improviso, a dificuldade faz você ser um profissional melhor, então quando você tem que estudar para fazer rádio, tem que estudar para fazer jornal, você tem que estudar para fazer TV, você acaba pegando mais aspectos técnicos. E isso aconteceu na minha época da universidade. A gente acabava tendo que fazer muita coisa, gravando, sendo repórter, sendo produtor. A gente rodava por uma necessidade, não por vocação. Então, é muito bacana porque acabou que preparou um pouco. Claro, o mercado é totalmente diferente da via acadêmica, não se compara, mas as dificuldades e os improvisos que nós tivemos na universidade acabou preparando melhor, um pouco mais para o mercado.

P: Você fez algum curso de pós-graduação?

R: Não

P: Fale um pouco da sua experiência profissional com o jornalismo, um pouquinho da sua trajetória.

R: Antes mesmo de entrar em redação, eu entrei em redação em 98, três anos depois de me formar, no O Norte, jornal O Norte. Antes disso, eu já trabalhava em assessoria, como estagiário na assessoria de uma associação do Ministério da Fazenda, que foi uma escola muito grande, porque ali também a gente teve de improvisar muito. Então isso deu um poder de decisão, porque era só eu, ou seja, eu implantei o setor, como estagiário, foi muito bacana, foram três anos ou quatro anos dentro dessa associação. E aí eu só saí de lá, três anos na verdade, um pouquinho antes porque eu entrei antes de me formar e só saí depois que fui para O Norte. Então, O Norte foi minha segunda experiência profissional. Antes disso, eu tinha passado um ano trabalhando numa agência de publicidade lá de Natal, mas já acumulando com a função aqui no Ministério da Fazenda. Depois, sim, eu fui contratado pelo O Norte, já fui direto pro Esporte, fui contratado como repórter de Esporte. Aí, três meses depois eu fui chamado para ser editor do *Diário da Borborema*, um dos editores. O Diário da Borborema era todo feito aqui em João Pessoa e só tínhamos eu e um outro editor. Então foi muito bom também porque deu uma bagagem em outras editorias. Então, eu fechava Internacional, fechava Política, isso acabou que fez você ter novos horizontes, novos pensamentos assim. E um ano depois, eu saí do *Diário da Borborema* e assumi a editoria de Esportes do O Norte, onde eu passei cinco anos até ser convidado aqui para o *Jornal da Paraíba*. E no *Jornal da Paraíba*, eu entrei em 2003 e em 2004 recebi um convite da TV Cabo Branco para editar o Globo Esporte. Então, nesse período de 10 anos, eu continuei no *Jornal da Paraíba*, na TV Cabo Branco. Teve um período de um ano que eu saí do Globo Esporte e fui editar o Bom Dia PB e logo depois voltei para o Globo Esporte. Então nesses 11 anos de TV Cabo Branco, um ano eu passei no Bom dia Paraíba e dez no Globo Esporte.

P: De que forma essa experiência toda contribuiu para o seu trabalho atual?

R: Eu acho que uma coisa é a evolução, a evolução da carreira da gente mesmo. Lógico que quando eu entrei em 98 n’*O Norte* eu não tinha a bagagem e a experiência que eu tenho hoje. Essa caminhada você vai adquirindo, não só conhecimento, mas também experiência para lidar com algum tipo de situação. Eu lembro que decisões que eu tomo hoje, que são muito parecidas com as que eu tomava n’*O Norte* antes, hoje elas são totalmente diferentes, muito em função dessa experiência, do bom senso que você vai adquirindo, então quando você entra muitas vezes você coloca sempre o jornalismo acima de qualquer ideologia, e às vezes você tem que ter o bom senso para saber o momento de dar a notícia, o momento de segurar a notícia, o momento de simplesmente ser um pouco mais precavido, até mesmo com a política da empresa que você está trabalhando. Então tudo isso é um conjunto de fatores que, embora a Rede Paraíba, pelo menos no esporte, que isso fique bem claro, ela não tem uma ingerência tão grande dentro do esporte, são poucos os pedidos oficiais, coisas desse tipo, mas a gente entende a ideologia da empresa em que você está trabalhando. É diferente de você trabalhar n’*A União* e você trabalhar com essa política, com política diferenciada. Mas é isso: eu acho que essas outras atividades, esses outros, esses anos que eu passei por outras empresas antes da Rede Paraíba, ela deu essa bagagem. Deu essa bagagem de você saber o que está errado, o que pode ser melhorado, a forma que você tem de comandar mesmo. Muito novo eu já era editor e você já fica com a responsabilidade de comandar uma equipe; ou pelo menos um repórter, porque n’*O Norte* eu só tinha um repórter. E muitas vezes as decisões que eu tomava com esse repórter é diferente da decisão que eu tomo hoje com uma equipe de repórteres. Se você não tiver essa experiência toda você acaba ficando meio que perdido em algumas situações. Foi bom, acho que é uma evolução, é natural também.

P: Qual a sua concepção de convergência jornalística?

P: Eu acho que é um grupo de profissionais que poder dar uma colaboração em mídias diferentes. Acho que é o futuro, pela própria pressão do mercado, pela própria, pelo próprio estrangulamento do mercado, que está oferecendo, principalmente pela própria questão de recursos mesmo, de se investir. Então quando você tem várias mídias, ou algumas mídias convergindo para o mesmo assunto, não acho que nada impeça do jornalista de fazer um papel para cada uma delas. É claro que, assim, você pode e deve orientar aquele repórter. Eu sempre digo que essa convergência, ela não é, não pode, não deve ser tratada como uma fusão. Isso é uma coisa que eu sempre deixo muito claro com os profissionais que estão lá. Convergência não é fusão de equipe, eu não vou ter um repórter de TV fazendo reportagem para o jornal. Até porque a TV tem outras exigências e tem outros aspectos da linguagem televisiva que não vão ser aplicados no jornal, mas ele pode e deve apurar. Fazer uma boa apuração, fazer uma boa... ter a perspicácia de entender que aquela é uma boa foto, que aquela é uma boa sonora que poder ser utilizada e repercutida no jornal, então é isso que eu procuro passar. A gente tem as funções, tem produtores de TV, tem repórteres de TV, temos de portal, temos estagiário, portal e jornal já se confundem mais pela própria linguagem. A diferença é pouca, é mais uma diferença talvez de acabamento. TV, portal e jornal, esses são veículos diferentes. Então, é lógico que eu tenho Kako, que faz matérias para a TV e tem uma linguagem própria da TV e ele, na hora de escrever, eu prefiro que ele passe a informação, que ele tenha essa perspicácia de enxergar uma notícia. Muitas vezes ele pauta o jornal, ou ele traz gravado para o jornal. “Pega isso aqui que isso aqui vai render uma boa matéria”. Eu acho que o grande desafio dessa convergência é produzirmos materiais diferentes para cada mídia, não fazer com que elas se tornem repetitivas: o que você viu na TV, ah eu vou ler no jornal. O mesmo tratamento, né? A mesma sonora e tal. Então, esse é o grande desafio,

você comandar, ter o comando de “Olha, esse não vamos soltar agora, vamos dar juntos”. Ou o jornal, como ele é o primeiro veículo que sai, sete horas ele está nas ruas, então eu posso soltar no jornal, divulgar no jornal, e ao mesmo tempo no portal, porque aí eles vão dando em paralelo e a TV como são programas bem específicos, então, é lógico que a TV às vezes tem uma perda dessa temporalidade, mas a TV a gente procura guardar uma sonora, guardar um entendimento, um ângulo diferente. A imagem da TV... a TV é imagem, então, o que você não pode fazer no jornal e no portal, muitas vezes a TV se traduz numa boa imagem, em uma boa captação de imagem. E o que a gente está fazendo muito, e isso eu acho muito legal também, é você convergir as ideias. Você pode dizer, “Olha, a matéria do jornal é essa. Leia mais no portal”. A matéria da TV, ela vai complementar aquela informação. É um desafio muito grande e é todos os dias. Então todos os dias você recebe uma gama muito grande de noticiário, de matérias e você tem que fazer uma escolha muito grande, muitas vezes nesse processo embrionário é realmente repetitivo, mas a gente vem aperfeiçoando também. Quando começou, era quase um repeteco, de um e de outro, e hoje a gente já consegue ter matérias no jornal diferentes do portal. Muitas vezes a matéria do portal, são três matérias de um determinado assunto e você junta os três para dar no jornal, mas puxando com um ângulo diferente, às vezes, o texto que abre, introdutório, é diferente. O depoimento é o mesmo, a apuração é a mesma, mas ele tem um olho diferente, ele tem uma pegada diferente. Não é sempre que isso acontece, muitas vezes as matérias ainda são iguais e repetitivas, mas, na medida do possível, a gente vai tentando trabalhar dessa forma.

P: Hoje amanheceu o dia e não tinha nenhuma chamada de esportes, na capa do portal do Jornal da Paraíba. E hoje tem um jogo importante para o Botafogo. Quando foi mais tarde, entrou uma manchete, a manchete do jogo. A matéria que o jornal trouxe era um texto feito por você e era um texto diferente do portal. A manchete que estava no portal do Jornal da Paraíba não era a sua matéria, feita exclusivamente para o jornal, era a matéria do *Globoesporte.com*. Como é que o Jornal da Paraíba está se encaixando nesse processo?

R: Então, primeiro que é assim, a gente tem que entender cada veículo. Uma coisa é a convergência na teoria outra, a gente tem... a da Rede Paraíba em particular, que engloba o *Globoesporte.com*, tinha algumas particularidades. Essa matéria que saiu no *Globoesporte.com* é uma matéria para os dois Estados, pra Paraíba e pro Ceará. Então no jornal eu devo dar um tratamento mais local, que no jornal o nosso público-alvo ele é predominantemente paraibano, quase 100% paraibano, e o *Globoesporte.com* não. O *Globoesporte.com*, ele tem que atender duas praças. Então o texto do jornal foi feito por mim, toda, toda apuração foi repassada pro *Globoesporte.com*, que precisava transformar numa linguagem que se adequasse aos dois públicos, ao da Paraíba e do Ceará, e isso foi feito por Phelipe. Então ele pegou, a matéria é a mesma, os depoimentos são os mesmo, a mesma apuração, ficha técnica... mas ele deu uma cara mais, esta... biestadualizada; biestadualizada, a Paraíba e o Ceará. O fato do portal do *Jornal da Paraíba* ter optado pela matéria do *Globoesporte.com* e não do *Jornal da Paraíba*, confesso a você que eu não sei explicar direito, mas tenho um indicativo. Essa, essa... o *Jornal da Paraíba* online, ele foi concebido para que o material do *Globoesporte.com* o abastecesse e aí a gente ter uma fluência maior de matérias. E não só ficar herdando as matérias que saem no jornal. É um desafio também porque o *Jornal da Paraíba* online ele acaba ter por obrigação colocar todas as matérias do *Jornal da Paraíba*. Então a matéria que eu escrevi pro jornal certamente está no portal em algum lugar lá. A matéria que ela puxou, que a editora puxou, é uma decisão editorial da editora do conteúdo online foi a do *Globoesporte.com* talvez pela, talvez pelo direcionamento que surgiu para pegar essas matérias do *Globoesporte.com* e abastecer na versão online do *Jornal da Paraíba* e talvez tenha tido esse... eu não chamo nem de ruído, eu acho que faz parte desse

aprimoramento. O *Jornal da Paraíba Online*, como é o último produto que nos foi colocado e já foi motivo também de reunião porque a equipe do esporte, apesar de ser uma equipe relativamente considerável, não é uma equipe grande, mas é... tendo como outros parâmetros dentro da empresa, é uma equipe bem robusta, mas ela não foi concebida para atender o online do *Jornal da Paraíba*. Ela vai atender, mas ela não foi concebida ainda, porque você coloca um produto, uma mídia nova no ar, independente de ser também um portal, você precisa ter alguém que gerencie a notícia, você precisa de alguém que passe, pegue a notícia, coloque no... dê uma outra cara, se for o caso, ou tome a decisão de não puxar o *Globoesporte.com* e sim a matéria que vai sair no jornal. Então, isso ainda demanda pessoas, trabalho, um trabalho extra que a gente ainda não conseguiu afinar. O que é que a gente vem procurando fazer. Como a gente ainda não tem pessoas suficientes para atender o *Jornal da Paraíba online*, ele a princípio, nesse momento, ele sai com uma pequena defasagem em relação aos outros portais, mas que é suprida no dia seguinte logo.

P: Uma defasagem de 24 horas?

R: Não chega a dar nem 24 horas. Hoje, por exemplo, o Botafogo vai jogar com o Ceará, o jogo vai terminar de meia-noite. Esse conteúdo vai para o *Globoesporte.com* de meia-noite e meia, alguma coisa assim, mas por uma questão de limitação mesmo não vai ser puxado à noite, na madrugada, para o *Jornal da Paraíba*. E aí ele vai ser recolocado, colocado amanhã de manhã. Então a defasagem é a madrugada basicamente. O *Globoesporte.com*, sim, a gente consegue dar a ele uma conotação muito factual, muito quente. Ele é muito factual, ele é muito... a gente tem obrigação de 15 minutos depois do jogo, do evento terminado, a gente estar com essa matéria no ar. Então, só para quem ainda não entende, mas por que não puxa lá o link para o portal do *Jornal da Paraíba*? Porque a gente também trabalha em plantão à noite e por isso que falo dessa limitação, vamos ter uma pessoa para fazer o *Globoesporte.com*, uma pessoa para colocar no *Jornal da Paraíba*, que aí sim você precisa colocar no outro dia e você precisa fazer o fechamento do *Globoesporte.com*. Que é um fechamento demorado; é um fechamento que você tem repercussões que você tem de colocar, você tem links que você tem de trocar, então é um trabalho, vamos colocar assim, administrativo do portal, gerencial do portal que vai levar mais uma hora depois do jogo. Então é muita coisa, você chegando a, ajustando foto, melhorando foto. Você... a gente tem duas páginas para administrar: a página principal e a página do clube. O Botafogo tem uma página também no *Globoesporte.com*. Então você precisa munir essas duas páginas das matérias novas, substituir com as matérias antigas, tirar as matérias antigas do ar, então é um processo que é demorado. Não é um process “Ah eu coloquei, terminei a matéria, troquei o link e vou embora”. Então é foto na capa, é foto na capa do clube, é chamada na capa, é você ajeitar a matéria de dentro. Muitas vezes você publica a matéria, depois você vai melhorar a matéria, colocar uma foto, colocar o link da classificação, então são os recursos que a internet te dá. Fora isso, a gente ainda atende o *Jornal da Paraíba* naquele momento. E aí você até pode perguntar: e a TV?

P: Que atende você diz é um editor ter de colocar na página do impresso.

R: Esse editor vai atender a página do impresso, as páginas do online do *Globoesporte.com* e ainda as matérias de repercussão que vão vir com uma frequência... termina o jogo, você bota a crônica, você bota uma repercussão do Botafogo, do Ceará, muitas vezes durante, você está escrevendo e chega uma notícia, olha teve um problema na saída do estádio, rolou uma confusão na saída do estádio, então é uma pessoa que está lá, na edição, no comando, que vai ter de apurar tudo isso, então todo esse processo acaba prejudicando um pouquinho a versão online do *Jornal*

da Paraíba. Mas eu também acho que é uma questão de tempo. Quando a versão online do jornal recebeu essa dinâmica, né, com a contratação da editora, a gente já conseguiu evoluir muito. O fato de você colocar as matérias no outro dia, antes você tinha, sim, 24 horas de defasagem. Então a matéria saía, o jogo muitas vezes acontecia no domingo e só ia entrar no portal na terça-feira, já mediante uma repercussão do jornal, não era nem a matéria do jogo era a repercussão do jogo. Então nessa repercussão subentendia-se o que tinha acontecido durante o jogo. Hoje a gente já consegue fazer diferente. O jogo é no domingo, na segunda-feira logo cedo a matéria da crônica do jogo é colocada no ar, durante o dia ela é trocada por outras matérias, quando, você chega na terça-feira você já tem cinco, seis matérias, cinco matérias, ou um pouquinho menos, vamos dizer, matérias já bem mais atualizadas do que era antes. Antes, você tinha uma matéria dois dias depois, então é uma evolução. É um projeto que ele começou, mas ainda não terminou. Ele ainda está se aperfeiçoando e eu não sei, assim, quando ele vai estar 100% pronto, maduro para você dizer esse é um projeto piloto. Ele vem se aperfeiçoando com o passar dos dias agora mesmo a gente tem um outro componente importante e dificultador que é essa questão das restrições trabalhistas que agora a gente tem uma... já tinha esse controle, mas agora o rigor é muito maior, então o repórter que sai hoje, que vai pra rua... Vou dar um exemplo para você: antes ele fazia cinco horas direto, ou seis. Hoje com quatro horas, ele tem que fazer 15 minutos. Então, essa parada é terrível. Por mais que você tenha a possibilidade de fazer um intervalo interno, fazer um trabalho externo e registrar no ponto manual e tal, mas esse, essa parada, essa obrigatoriedade de que não pode passar... Agora mesmo eu estava com um repórter escalado pra... e ele não vai poder trabalhar no sábado, porque ele trabalhou no domingo. Então, antes a gente trabalhava com a mobilidade do fim de semana; você tinha de dar uma folga semanal, independente do sábado ou do domingo. Hoje, você, depois de seis dias, você tem que dar essa folga. Então, trabalhou no domingo, obrigatoriamente tem de folgar no sábado. Então, é a segunda semana que a gente tem problemas para atender a esse tipo de exigência. Que é legal ninguém está discordando, mas nos traz uma necessidade de ter um quadro maior, não só para a convergência do esporte, nesse ponto, para tudo. O que você fazia antes com um repórter folgando um dos dias, você agora vai precisar de dois. É uma dificuldade a mais, é por isso que eu estou lhe falando: ele está sendo aperfeiçoado e ele está sendo aperfeiçoado com as dificuldades que são apresentadas no dia a dia.

P: Para você, o que é um jornalista polivalente?

R: Eu costumo dizer que quando o pessoal entra no jornal, na rede, costumo sempre dizer que a gente não foi formado para ser repórter esportivo, nem foi formado para ser repórter esportivo de jornal, ou para ser repórter esportivo de portal ou repórter esportivo de TV. Passamos por uma universidade e nessa universidade, nos foi colocado todos os tipos de situações, ainda que de uma forma acadêmica, mesmo que de uma forma acadêmica, de forma que não retratasse a realidade de... mas a gente aprendeu a fazer. A gente aprendeu a fazer *off*, a gente aprendeu a fazer uma boa produção, aprendemos a fazer um jornal, talvez o online seja o produto mais novo, na minha época mesmo ninguém falava nem em online, nesse jornalismo mais imediato. A coisa mais imediata que nós tínhamos era o rádio. Então hoje você tem uma outra concepção. Mas esses meninos que estão sendo formados agora, eles sabem que o mercado tem essa exigência do online. Então, França, Francisco França, nosso fotógrafo, ele foi para o jogo domingo, tinha três ou quatro fotógrafos junto dele e ele fez um comentário: “Ah, há uns anos atrás era muito difícil essa história de fazer jogo com filme, né?” E ninguém sabia o que era filme, como se fotografava com filme. Como você dar um ganho na iluminação, dar um ganho no filme, na sensibilidade do filme. Então, hoje são outros tempos, o pessoal tá formado, mas você não aprende mais na

universidade a fotografar com filme, a fazer o copião, sabe, ir para o laboratório de fotojornalismo, sabe, pegar a química toda, você hoje tá se formando na máquina digital. Você faz mil fotos no jogo. Nós já fizemos mil fotos em um jogo. Na época do filme, você fazia 60, eu não vou dar um prejuízo ao jornal, fazendo 500 fotos, para eu levar 10 rolos de filme. Então, o mundo está diferente, mas quem está saindo da universidade entende isso. E eu acho que não há uma grande diferença de ser jornalista polivalente. É claro que existem vocações, que existe um bom jornalista de TV e ele vai ser um bom jornalista de TV, mas ele pode dar uma ajuda substancial nas outras mídias. E é isso o que eu faço, eu não exijo que o repórter do jornal, do portal, ele vá fazer um *off*, grave um *off*, vá para a frente da câmera, mas ele pode gravar uma sonora. Eu não preciso ter três repórteres, de três mídias diferentes, fazendo a mesma pergunta, um com um microfone, e outro com gravador, e outro com um bloquinho. E esse repórter ele pode fazer tudo. Muitas vezes o tratamento dado à notícia é que é diferente e aí passa muito por mim. Como eu acabo chefiando o jornal e a TV, acaba que o *off* que eles fazem, que os repórteres fazem para o portal ou para o jornal, o *off* não, a sonora, eu dou um tratamento diferenciado na TV. Eu pego um gancho diferente, eu tenho outros recursos para utilizar: uma imagem de arquivo, uma sonora adicional, enfim, a repercussão de uma imagem, tenho a própria imagem para ilustrar aquela sonora. Então, ele me fez um trabalho bruto, ele vai me entregar um trabalho bruto, mas ele pode fazer esse trabalho bruto. Se polivalência é isso, eu acho que, enfim, todos nós somos capazes a fazer de fazer isso.

P: No questionário que eu apliquei com vocês, a maioria dos entrevistados se mostrou favorável à figura do jornalista polivalente. Você acha que isso é natural, é uma reação dos profissionais a uma exigência do mercado, é o jornalista que quer garantir o emprego dele?

R: Acho que é um pouquinho de tudo na verdade. Acho que ele precisa se adequar a essa realidade de mercado e ele sabe que o mercado cada vez mais vai exigir isso. Não é só aqui, não é só na Rede Paraíba. É um projeto pioneiro, mas que já vem sendo, inclusive, na academia já vem sendo estudado, então ele sabe que a tendência é essa. Então tem essa coisa de você se adaptar ao mercado. Tem aquela história de ele estar preparado, eu lembro que... eu não vou falar de 15 anos atrás, quando eu comecei não, vou falar de cinco anos. A resistência que eu encontrava de fazer uma foto. Se eu fizesse uma foto, os fotógrafos no jornal ou na empresa, eles tinham uma reação... “Vai tirar o nosso emprego? E aí, você vai tirar no nosso emprego? Por que você está tirando a foto? É por conta disso que o jornal não contrata mais fotógrafo”. Então existia uma mentalidade muito grande nesse sentido. E o próprio repórter, ele tinha essa barreira: “Ah, não vou fazer não. Eu faço a matéria, mas o fotógrafo que venha lá e faça essa foto”. Aí você imagina o contrassenso dessa história. Você tá muitas vezes num flagrante, e esporte é muito flagrante também, mas independente da área, você está fazendo uma entrevista com uma determinada pessoa e naquele momento ali você enxerga uma boa foto. Por que eu vou ter que esperar o fotógrafo? Por que eu vou ter que chegar na redação para dizer: “Olha, a minha entrevistada, ela tava com um vaso de flor perto dela, acho que isso aqui vai ficar um equilíbrio muito bacana na foto, vamos fazer isso, vai dar uma leveza, vai dar...”. Mas por que eu tenho de voltar para a redação para dizer isso? Por que eu não posso... “Olha fica aqui que eu vou fazer essa foto”. Então hoje a tecnologia, ela joga muito a nosso favor. Você vai fazer uma foto, principalmente fotos estáticas. Sinceramente, a qualidade de celular não é mais qualidade de máquina não, hoje você tem celulares que te dão uma foto muito boa, a mesma foto que o fotógrafo vai fazer. Ah, não mas o fotógrafo, ele vai ter... ele vai enxergar uma luz diferente, ele vai dar um ganho... vai. Foto feita por um fotojornalista vai ser sempre melhor que uma foto de... mas pra portal, pra jornal, pra flagrante, muitas vezes você não tem tempo. Imagina quantas

editorias você tem no jornal. Você tem um ou dois fotógrafos trabalhando a tarde toda, o dia todo. Agora você imagina quantas matérias a gente produz por dia no esporte só, vinte, trinta matérias. Dessas 30 matérias que você produz, pelo menos dez, 12 você tem entrevistado tête-à-tête, na sua frente. Você não vai fazer essa foto? Então, essa resistência não existe mais. Hoje, a redação, o fotógrafo, porque a gente está falando de fotógrafo, mas enfim, já não existe mais essa barreira. Eles entendem que a gente está fazendo uma foto, e a nossa foto não é uma foto para concorrer a prêmio, não é uma foto para tirar o emprego de ninguém, é uma foto jornalística, eu preciso daquela foto. E aí, claro, vai de concepção de profissional para profissional. Eu fiz algumas fotos no domingo, no meu, na minha avaliação são fotos muito boas. Modéstia à parte, fotos muito boas, mas muito aquém de fotos que França fez. As fotos que eu fiz foram fotos que eram flagrantes: foi um jogador indo para a torcida, quando terminou a partida foi lá para a arquibancada, foi abraçar o torcedor e isso o fotógrafo não estava mais lá no estádio. Ele já estava em um outro processo, ele já estava, na verdade, entregando as fotos aqui no jornal, mas essa foto flagrante só eu tenho e nem um outro profissional tem, não é só na nossa rede não. Ninguém percebeu o jogador indo até a torcida, e eu só percebi não foi porque deu um estalo de genialidade não; é que coincidentemente eu estava do lado dele, do lado de um entrevistado. E aí eu vi quando ele se dirigiu para a torcida, e começou a abraçar e a torcida já cercou o jogador e eu fui lá com o meu celular e fiz a foto. E foi a foto que saiu no jornal, foi a foto que saiu no portal. Então, existe uma exigência do mercado, existe uma necessidade ou, na minha opinião, uma vontade do jornalista mesmo de querer melhorar sua matéria, de querer pegar, de compartilhar aquele flagrante. E assim, eu acho que é isso. Essa polivalência vai se tratada com mais naturalidade no futuro.

P: As novas gerações?

R: Acho que as novas gerações, a geração de Yasmin, quando ela tiver na redação, vai ver esse “faz tudo” de uma forma bem mais natural do que a gente está enxergando hoje. E isso é muito engraçado porque eu sou de um tempo que o jornalista fazia: “Eu não tenho tempo de escrever, não, eu saía com minha pauta e se passar por um acidente, não eu não tenho tempo para fazer acidente. Isso aqui é para o repórter policial, liga para, pra o jornal e avisa”. Era assim, você não tinha tempo. Hoje você continua sem tempo, mas você pega o acidente, vai lá, para, faz a foto para postar no *Facebook*, nas redes sociais, escreve um textinho... Tudo isso agora tem tempo, entendeu? Então, se você é profissional, se você é repórter por que você vai abastecer o seu *Facebook* e não a empresa que você trabalha? E assim, não é vestir a camisa da empresa não, é você querer... eu queria ter uma matéria minha assinada na página policial. Eu tenho orgulho disso também. Por que é policial, eu não quero? Eu não tenho a motivação?

P: Mas aí o jornalista não teria que receber mais para poder fazer mais?

R: Se viesse casada com um reconhecimento salarial, ótimo, mas se não vier, acho que essa é uma briga paralela. Essa é uma batalha que a gente tem todos os anos: a gente briga para ser reconhecido, a gente briga para ter melhores condições de trabalho, a gente batalha para que o salário não seja tão defasado, mas eu não posso fazer essa greve branca. Se eu estou vendo a notícia, e a notícia vai para policial, porque eu não vou dar a notícia? Por que eu ganho pouco? Por que eu poderia ganhar mais? Eu não vejo dessa forma e acho que, assim, essa mentalidade, acho que é uma mentalidade que eu sempre tive. E essa mentalidade me fez ter outros tipos de reconhecimento. Eu nunca me furtei de dar uma pauta para outra editoria. Eu nunca me furtei de fazer uma matéria de outra editoria. Eu lembro um dia, eu estava indo cobrir um jogo, no Almeidão, a gente foi, eu estava no carro da TV, ia passando ali e um policial rodoviário deu a

mão, viu o carro da TV, deu a mão, parou... e disse que tinha, estava ali com um esqueleto, um corpo já transformando em esqueleto, uma ossada humana. E eu fiz a matéria, não me custou nada. Eu fiz uma sonora com o policial, peguei as imagens.... perdi 15 minutos da minha vida. Nem sequer me dei ao trabalho de dizer cheguei atrasado no campo. Cheguei na TV, peguei as informações que eu tinha, claro que aí eu não tinha como apurar muita coisa, eu tinha as informações dali. Gravei um offezinho, deixei um recado: “Quem for gravar, quem for editar, favor checar, ter mais detalhes, saber se a polícia já descobriu de quem era o corpo, saber enfim, para onde ele foi levado...”. Eu só tinha a imagem, mas por que eu não vou fazer, entendeu? Então, claro que se eu tivesse atrasado, se eu já tivesse a 10 minutos do jogo, não ia parar, ia ligar para a TV dizer que não ia dar para fazer e tal, mas eu acho que esse tipo de mentalidade, é a mentalidade que eu sempre tive, desde que eu comecei n’O Norte. E eu acho que foi por isso também de sugerir tanto que, com três meses eu virei editor no Diário da Borborem; com um ano, eu virei editor de Esportes do Norte, então esse é o reconhecimento e assim a gente tem muita gente boa por aí com essa mentalidade. Lucas é uma delas. Lucas entrou... aprendeu muito rápido as coisas. Ele entrou extremamente bruto, assim era uma pedra bruta mesmo e a gente foi lapidando. Hoje ele escreve muito bem e, assim, é engraçado que ele fez teste para o jornal e não passou. E não passou foi porque o jornal o boicotou não. Ele não merecia passar na época, quando ele começou, mas ele se aperfeiçoou. Então, hoje ele é produtor da TV, um excelente produtor, está muito próximo de ser efetivado como repórter da TV e ele escreve muito bem. Tanto escreve muito bem que ele já ganhou prêmios, que já... enfim, as matérias dele têm uma repercussão nacional muito grande, ele tem um faro de pauta muito grande. Então, esse é um exemplo do cara... E assim, ele passou quatro anos na empresa recebendo salário de estagiário. Nem por isso ele pleiteou salários maiores enfim. Ele só foi contratado por conta dessa postura que ele sempre teve. A gente nem tinha vaga, e a gente batalhou para que ele entrasse por conta dessa postura. Então, esse é o reconhecimento. Quem pensa em salário que continue brigando, eu também brigo por um salário melhor, mas...

P: Você acredita que os jornalistas devem ser “universais” com uma capacidade redacional diversa, adaptável a qualquer editoria?

R: Assim, claro que se o meu mundo é o esporte, se hoje eu lido com esporte na TV, no portal e no jornal, evidentemente eu não vou ter a qualidade de ser um bom repórter do Vida & Arte, né, ou de política. Eu não acompanho ali o meio. Acho que é uma ideia para o futuro, de você universalizar, de você fazer um rodízio, de você capacitar, eu acho que quanto mais você cria uma bitola, um universo único de atuação, você vai castrando um pouquinho essa habilidade que nós... quando nós saímos da universidade, temos a convicção de que poderemos fazer tudo. “Ah, se me botar pra policial, eu vou fazer policial, se me botar pro Vida & Arte eu vou escrever para o Vida & Arte”. Eu já escrevi coluna social, n’O Norte quando teve férias de colunista... Então é isso, não sei se eu perdi o fio da meada, mas eu acho que essa questão universal seria salutar, seria muito bom para o mercado, mas isso eu acho mais difícil. De você promover um rodízio, você ter repórteres capacitados. A gente, eu já tive experiências terríveis de repórteres de outras editorias que foram fazer esporte. Não é culpa dele, não é a capacidade profissional, nem intelectual dele, não é nada disso, mas é um mundo totalmente diferente. Hoje na TV por exemplo, eu estava escalando o repórter da noite, formando equipe da noite e me foi colocada a possibilidade de ter um repórter da TV Cabo Branco, ou do horário, fazendo futebol. Eu digo, não, eu não quero. Porque, assim, é um universo tão diferente que ele precisa acompanhar... O futebol, hoje é um jogo né, então o futebol, o esporte ele vive em um mundo tão dele, e ele tem tantas alternativas. Pra você ver, o Botafogo está pressionado, o lateral do Botafogo está sendo

muito cobrado pela torcida. Se ele for substituído no primeiro tempo debaixo de vaia, você tem, você sabe que aquilo ali, sabe, a pressão sobre ele vai aumentar. E se ele entra e faz um gol? Você muda a história do jogo, sabe, só que eu não posso fazer uma pauta passando todas as possibilidades de um jogo de futebol. Atenção, se o lateral direito marcar um gol, devemos falar com ele porque ele vem sendo muito questionado pela torcida. Se o zagueiro que está na reserva, que era o capitão do time entrar e de repente tiver o nome dele gritado pela torcida, isso é um bom sinal porque estava, ele já tava sendo cobrado, então todo esse histórico de uma partida de futebol, que são muitos esses bastidores, é impossível que um repórter que não esteja militando no meio saiba. Então você vem, você traz uma matéria extremamente burocrática. Você vai simplesmente dizer “Tote fez o gol”; Tote é o jogador que está sendo muito questionado pela torcida. “Ah o gol de Tote, aos 15 minutos, o Botafogo abriu o placar...”. Não me serve. Eu preciso contextualizar aquilo ali, eu preciso dizer que Tote era um jogador que estava sendo cobrado, um jogador que a torcida não aguentava mais, um jogador que recebeu mais uma chance e fez o gol, e eu preciso fazer a sonora com ele independente de qualquer outra coisa, a sonora daquele jogo tem que ser com Tote, porque a minha matéria vai girar em torno dele. Então, eu não consigo fazer isso com outro repórter. Muitas vezes a gente tem repórteres muito bons e que entendem muito de futebol, mas pelo fato de não estar acompanhando o Campeonato Paraibano, a Copa do Nordeste, especificamente, não vão me servir pra fazer essa matéria. Então, eu prefiro escalar Lucas, que está sendo escalado hoje para o jogo, eu prefiro colocar Lucas fazendo esse jogo e ele trazer a matéria do jornal, do portal e da TV. Primeiro porque ele consegue administrar bem o tempo dele e as três mídias. Depois porque eu sei que ele vai ter um olhar diferenciado pra o mundo daquele jogo ali. Então, se eu escalo um outro repórter, qualquer um da TV Cabo Branco, ele não vai ter essa percepção. Eu acho isso meio difícil, isso é mais difícil de aplicar, se transformar em um “jornalista universal”, capaz de migrar por todas as editorias, isso é mais complicado. É o mundo perfeito, mas...

P: Qual a sua concepção de redação integrada?

R: É como eu falei antes, eu acho que é...é muito do futuro, no futuro vamos ter mais exemplos dessa natureza, mas ainda é um produto novo. Você ainda tá meio que testando para ver qual é a fórmula mais azeitada da história. Então, eu acho muito bom a redação integrada, até porque, é aquele negócio, você... Se não servisse para mais nada, você economizaria, ou você dispensaria seus tentáculos para coisas diferentes. Então, se eu tenho nove pessoas no meu grupo, eu não vou precisar escalar três para um determinado evento. Eu vou escalar uma; as outras duas, ou eu dou folga, ou vou fazer outra coisa, vai ficar na redação, ou vai apurar outra notícia. Então, eu tô ganhando, eu tô ganhando fôlego pra diversificar minhas coberturas. Só por aí já vale! Agora, é assim, no nosso caso, eu vou falar do nosso caso, acho que tem exemplos Brasil afora mais, melhores resolvidos. No nosso caso, ele ainda necessita de ter uma pessoa centralizando, você precisa ter aquela pessoa ali para receber toda a demanda, decidir rapidamente, como vai, aonde vai, o que é que você precisa tirar de determinada, extrair de determinada matéria pra o portal pra o jornal, pra TV, saber que eu não posso deixar o meu público da TV carente de uma informação nova simplesmente porque essa informação já havia sido divulgada numa outra mídia. Então, você precisa ter essa pessoa, ainda aqui sabe, e essa pessoa por uma questão de facilidade e de comodidade pelas funções que eu já desempenhava, é, ficou mais fácil pra mim, porque eu já fazia isso, entendeu? Então, eu não sei se, de repente, tivéssemos um editor no jornal, um no portal, outro na TV pensando de formas diferentes, eu não sei até que ponto isso daria certo. Eu não sei até que ponto, não é nem vaidade, é vaidade mesmo, de dar um furo, de você sair na frente, de você ter a notícia e você... Então, muitas vezes eu faço essa escolha, de ver o veículo

que vai ter o privilégio de sair na frente com essa notícia. Então, e pra mim é mais fácil tomar essa decisão, porque todos os veículos, eu tenho uma ingerência neles, sobre eles, então é mais fácil, eu estou dando furo em mim mesmo. Se é que isso existe. Então, mas eu acho que se você tem profissionais competitivos no mercado que queiram valorizar o seu produto, é difícil você convencer o editor de uma mídia e dizer passa a informação para uma outra e... amanhã a gente trata de forma diferente. Isso ainda é difícil, sabe você lidar... Agora, por outro lado, a nossa agência do jornal é a Gazeta Press. Todas as reportagens da Gazeta Press, todas, 100%, elas vão em tempo real para o site da *Gazeta Esportiva*. Então assim, eles liberam pra gente de duas da tarde, às vezes uma e meia já está no portal, às vezes duas e meia, com certeza todas as matéria do boletim, elas já estão na internet. Então o nosso, e assim, a Gazeta Press, que fique em claro, é uma agência que muitos anos serviu ao *Correio* também, não é uma agência desqualificada de forma nenhuma, de forma alguma. Então assim, muitas vezes o jornal, ele é um repeteço, sim, da internet. Se não é do nosso portal, é de portais nacionais. Eu acho que o melhor exemplo de integração que eu vejo é o da *Folha*. Você pega... Hoje você vai ter Corinthians e São Lourenço, pela Libertadores. A matéria que vai sair na *Folha Online* é a matéria do jogo. “Corinthians venceu agora há pouco o São Lourenço por 1 a 0, o gol foi marcado por num sei quem depois o time argentino deu pressão...”. A matéria que vai sair amanhã no jornal, é completamente diferente: a apuração pode ser a mesma, mas toda a concepção dela é diferente. Então ela vai... “Corinthians vence São Lourenço, jogando na bola aérea”. Então a matéria dele vai toda discorrer... “O Corinthians levantou 15 bolas na área, dessas 15, oito pelo lado direito sete pelo lado esquerdo, das 15, nove foram para Fulano de Tal que acabou fazendo o gol nessa jogada, aos 30 minutos do segundo tempo...”. Então, ele tá te dando números, e a *Folha* adora essa história de números, né? Ela tá te dando um outro universo de matérias, mas foi um repórter lá, dois talvez, não sei como é que eles... Eles estão lá trabalhando juntos, bote isso aqui, a foto vai ser a mesma, a foto do portal vai ser a mesma do jornal, ou o jornal vai ter a política de escolher uma outra foto só para ter um produto diferente, enfim, mas aí você tem, aí é a forma, e não é nem uma redação integrada, vou me corrigir, aí é a forma de conviver com os dois tipos de jornalismo: o online e o impresso.

P: Mas a Folha é redação integrada mesmo.

R: Então, pronto, eles já estão acima desse patamar que hoje nós estamos. Eles conseguem dar produtos bem diferentes para as duas mídias com redação integrada. Então, é muito bom, eu acho sim que esse é o exemplo a ser seguido sabe, lá na frente, porque a gente hoje ainda não consegue fazer isso. A matéria do jornal é a matéria do portal. Ou é a matéria que vai estar em todos, sabe ainda aquela matéria o Corinthians venceu com gol... Quando amanhecer o dia, essa matéria vai estar, teoricamente velha, mas aí vêm outros fatores, espaço, tempo, o gargalo de fechamento do jornal, é uma série de dificultadores que acabam nos impedindo de ainda ter essa diferenciação, mas esse é o futuro. Esse é o futuro, é você levar uma pessoa, duas conseguir fazer produtos diferentes e aí como eles conseguem isso hoje, se é uma questão de terem mais gente mesmo. Que é aquele negócio, você pode ir com duas pessoas, uma fazer o portal e outra fazer o jornal só que no fim do jogo, uma dessas vai fazer o vestiário do Corinthians e outra o vestiário do São Lourenço. Quando você chega, você tem, você conseguiu cobrir tudo, você consegue dar tratamentos diferenciados na sua matéria. E isso a gente consegue fazer hoje aqui, mas com um repórter só. Inclusive quando a gente tem hoje necessidades diferentes para cada mídia, para cada plataforma, esse repórter nos atende: “Ó, eu tô fazendo uma matéria aqui pra TV pra dar na terça-feira. Eu queria que você aproveitasse e falasse com Bismark, que é o jogador do Botafogo, porque ele é o personagem da nossa matéria da terça. Eu queria que você perguntasse isso, isso e

isso”. Essa sonora, ela não vai usar pra o jornal, não vai usar para o portal, é uma sonora que ela está fazendo para a TV e eu vou dar esse tratamento diferenciado.

P: Mas hoje os repórteres da TV que não são do esporte eles colaboram também com isso ou não?

R: Não, a questão não é colaborar ou não, a questão é da concepção de cada repórter. Os outros repórteres, os repórteres da TV, que não fazem parte desse núcleo, eles nem sabem dessa realidade, eles nem conhecem essa fórmula que a gente adotou, mas as coisas estão melhorando. Em Campina Grande, o Danilo e o Marcos, que são da TV, eles são muito integrados ao portal também e porque eles querem assim. E aí que eu digo, vai muito do individual de cada um. Eu pedi ao Marcos, ao Mário, ao Danilo, que fizessem, eles fazem muita matéria de esporte pra gente, eles estão no nosso grupo do *WhatsApp*. Nós temos um grupo que compartilhamos todas as informações, tudo o que é feito é compartilhado nesse grupo, então é... 200 mensagens por dia, não é exagero não, 200 mesmo, então o Danilo e o Marcos são repórteres da TV Paraíba, repórteres do jornalismo, mas eles se integraram tão bem com a gente sabe, que eles fazem isso com muita naturalidade já. Eles pautam, eles sugerem, olha... Ontem por exemplo foi Danilo, que colocou no grupo, lá de Campina, comentando a intervenção que o Auto Esporte sofreu aqui em João Pessoa. Então, esse fluxo de informações é muito bom, é muito bacana, sabe, a gente tem essa... A equipe é muito coesa, é muito unida nesse determinado ponto. Seria muito bom que outros repórteres, outros profissionais tivessem a mesma postura, mas não dá para cobrar, às vezes são mundos tão diferentes, não dá para cobrar, por exemplo, Hildebrando. É difícil ver Hildebrando fazendo esporte, se envolvendo com esporte, ele não gosta de esporte. Quer dizer, eu estou falando dele, mas não é nem dele... é só como exemplo. Ele tem um outro estilo de... Então, é difícil o mundo dele ser o mundo do esporte, para que ele opine, para que ele sugira alguma coisa. E muitas vezes ele faz um comentário e aí é normal, numa redação, “Ah, assisti essa matéria é bacana, acho que devia ser feita assim ou fosse feita assado, que tivesse uma passagem ali...”. E aí é um comentário normal de redação. Pra participar do grupo pra entrar no grupo, aí você precisa querer. Você precisa ter essa identidade, e os meninos de Campina têm mais do que os daqui, por enquanto pelo menos.

P: Você sabe o que levou a Rede Paraíba de Comunicação a realizar essa experiência de integração?

R: Eu acho que assim, como eu te falei, eu tô no jornal há 12 anos. Nós começamos com dois repórteres, depois caiu para um, depois caiu para um estagiário, depois nem estagiário tinha mais e às vezes a gente já teve repórter dividido, de editorias divididas e tal, enfim, foi um processo, que é um processo natural também, normal, de você enxugar a equipe e chegou um ponto em que, eu não sei mais onde a gente iria chegar assim de dar uma virada nessa situação. Foi quando surgiu o *Globoesporte.com*. E o *Globoesporte.com* surgiu e surgiu com uma presença, uma postura de site nacional. Ele é um site nacional, não é o *Globoesporte.com* Paraíba é o Globo Esporte nacional, que tem uma página da Paraíba. Então houve uma necessidade de se investir, porque houve... era um produto novo com a chancela da Globo e que teve essa missão de fazer uma cobertura diferente no esporte paraibano. Nem portais que já existiam aqui a gente tinha coberturas instantâneas. Você chamava um jogo à noite, mas você não cobria o jogo à noite, nem pros portais. E o Globo Esporte nasceu com a proposta de tem que cobrir e mais, tem que botar 15 minutos depois. Você não pode nem dizer assim “Ah, eu vou passar aqui ... o jogo é às 4 da tarde, vai acabar às 6, lá pras dez da noite eu vou”. Não, não pode. Então, houve uma necessidade de investir. E aí eu repito, o fato de estar, o fato de Guilherme, da direção da empresa, é... ter me

pedido que estruturasse esse *Globo Esporte*, que entendesse a mecânica dele, que indicasse uma pessoa para trabalhar... Então eu sempre tive muito próximo do Globo Esporte desde a sua concepção. Indiquei o Phelipe, a gente trabalhou junto as pessoas que iam formar a equipe. Agente não queria pessoas viciadas já no mercado, viciadas sem nenhum demérito, não é isso. Mas, assim, a gente queria sangue novo, ideias novas, pessoas com a cabeça fresquinha da universidade, que dessem um, sabe que viesse com um entendimento diferente do mercado mesmo, saber que a gente tinha que trabalhar à noite, que tinha de trabalhar no domingo. Então, muita gente se acomodava “Todo domingo ir pro jogo?”. Mas as pessoas que entraram sabiam que era assim. Então, a gente ganhou uma equipe muito dinâmica, e nada mais natural que essa força tarefa que foi criada para o *Globoesporte.com* cair por gravidade no jornal. E aí veio que a gente veio aperfeiçoando o modelo, porque, de repente eu não tinha repórter nenhum e passei a ter cinco, fazendo o portal. E aí você percebe que o portal, ele tem uma linguagem muito próxima do jornal e que eu poderia condensar esse material e dar um produto diferente pro jornal. E aí de repente você percebe que está com tanta gente na rua fazendo as coisas que por que não mandar uma equipe (*de TV*) sem repórter pra rua? Às vezes eu tinha cinegrafista, mas não tinha o repórter, mas eu posso mandar uma equipe sem repórter da TV Cabo Branco ou da TV Paraíba, aproveitar o meu profissional que tá lá e gravar pra mim uma sonora. Eu tenho a minha matéria. E aí de repente a gente começou a enxergar outros horizontes. Hoje eu posso pegar, como já foi feito, um celular bom, ou uma máquina fotográfica que me permita filmar em HD e fazer a filmagem, e usar na TV com qualidade, que, se você não lesse lá o crédito, não saberia que era de um repórter do portal. Então, eu acho que as coisas foram se aperfeiçoando, se encaixando, e assim, eu acho que a empresa também foi vendo que esse modelo era um modelo que trazia uma economia, lógico, trazia um fortalecimento de cobertura, que era uma proposta que a gente já não tinha mais onde buscar, uma fórmula diferente. Então foi isso, foi ganhando vulto, foi ganhando corpo, foi conseguindo conquistas muito próximas. Hoje a gente tem um orçamento de esportes, um orçamento que a gente consegue atender toda a produção de esporte de todas as mídias. Claro que ainda existem centros de custo diferente, pro jornal, pra TV, pro portal, mas o esporte, ele já tem uma autonomia maior. Hoje eu posso contratar um profissional para fazer um trabalho de *free lancer* sem que isso não esteja orçado; ele está orçado e a gente estuda o melhor momento de usá-lo. Então, isso foram conquistas. Tudo isso é uma conquista, uma série de melhoramentos, e acho que tem muita coisa assim. Não vai parar aqui, acho que essa seria, esse seria um caminho muito bom para o jornal de forma geral seguir, sabe. Eu penso assim. Sei que tem gente que diverge, que ainda gosta do bom e velho papel. Eu gosto também, mas eu não concebo a ideia de que uma mesma empresa tenha duas, três quatro pessoas num mesmo ambiente. Não concebo essa ideia. Eu acho até que você pode ter quatro pessoas num mesmo ambiente, mas elas coordenadas e fazendo coisas diferentes e que todas elas possam aproveitar, sabe. É claro que a TV, aí por uma questão técnica, que é mais difícil você... mas o portal, o jornal, a sonora que é feita para a TV você não puder, sabe, disponibilizar essas informação para os outros... Acho que é possível, não só acho que é possível, como vai ser o caminho de tudo. E só para que não fique só aqui na Paraíba, eu sou também de um tempo em que a Globo era a Globo e SporTV era SportV e eles nem se falavam. Hoje a Globo e o SporTV caminham lado a lado, os profissionais se misturam muito nos corredores da empresa; Galvão Bueno tem um programa no SporTV. Os narradores da SporTV eles entram e narram alguns eventos da Globo. Então, é uma integração também, eles sentiram, a Globo, a gente está falando da Globo, ela sentiu que você pode dar um *plus* da cobertura e você pode ganhar coisas novas, porque eu tenho que mandar a equipe da Globo e da SportV para o mesmo jogo, se eu posso ter um sinal vindo para as duas ? Claro, na hora de narrar eu tenho concepções comerciais diferentes. Aí na hora de narrar, tudo bem, eu

tenho dois narradores, mas o sinal é o mesmo, o repórter é o mesmo, o repórter que está apurando pra SportV ele pode entrar na Globo; o repórter que está na Globo, ele pode fazer uma participação pra o SporTV. Então, era tão rígido essa relação das duas e hoje está tão aberta, a gente vê, sente que vai ser isso, não dá para fugir não.

P: Teve inspiração em outros modelos, ou foi naturalmente que foi se formando?

R: Então, é isso, acho que foi se formando naturalmente, se aperfeiçoando.

P: Não teve também uma escolha específica, vamos começar por esporte ?

R: Não, eu acho que o esporte foi mais fácil.

P: É porque, por exemplo, na Gazeta, lá em Vitória, no primeiro projeto de integração deles em 2008 fizeram a redação integrada, mas a editoria que melhor se saiu foi a de esportes. Zero Hora, quando a RBS decidiu integrar, o projeto piloto deles foi em esportes. Foi intencional.

R: Aqui não foi intencional, mas é aquela coisa: acho que pela própria, pela própria conjuntura é... tinha que começar pelo esporte. Pela necessidade que o esporte tinha de ter uma equipe maior, pelo fato de oportunamente eu ser um dos poucos profissionais da empresa que militava nas duas frentes, né? Nas duas plataformas, então foi mais fácil você ter um comando, mesmo um comando que não seja um comando oficial. Não é uma coisa determinada, foi uma coisa que foi acontecendo. E assim e é uma coisa que eu tenho esse espírito também, meio assim de, não tenho vergonha de assumir as coisas, de pegar. Ah, vamos fazer, eu sou meio metido mesmo. Ah, vamos fazer, é para falar com Guilherme? Ah, vou lá e falo. Vamos lá é para sentar? Então eu sempre fui assim, ninguém chegou para dizer vai lá na sala do superintendente falar. Não, eu fui lá bati na porta dele, vamos fazer desse jeito, sabe? E não foi pensando em remuneração, aquela história que a gente vinha falando. Não foi pensando nisso. Pensando ah, eu vou me promover, eu vou... Não é porque eu vi de início uma possibilidade de me ajudar no jornal.

P: Então a ideia inicial foi sua?

R: Eu não vou nem assumir esse crédito. Não é que tenha sido minha, eu acho que a conjuntura foi fazendo, o momento de indicar uma pessoa, de saber o estilo dela, o estilo dela se adequa ao jornal também, né, a escolha das pessoas... como eu já estava nessas duas mídias, é... As escolhas que eu fazia até mesmo de contratação era muito voltada para a necessidade que a gente tinha de momento. E era uma coisa inconsciente, não era uma coisa de... ah eu vou contratar agora uma pessoa para o *Jornal da Paraíba* lotada no portal. Não era assim, mas aos poucos, ela foi atendendo ao jornal, vi que esse atendimento estava surtindo um efeito muito bom, a gente estava conseguindo ter matérias quentes, que interessava, coisa que a gente não tinha antes. Então foi muito do momento que surgiu e depois que ele tomou essa proporção, aí sim a gente teve uma chancela, um apoio da direção, ela percebeu que aquilo ali era possível. Porque antes também existia uma preocupação muito grande como esse profissional multimídia, ele poderia ser interpretado pelo mercado. Era legal ? Era legal você ser contratado para o jornal e gravar uma sonora para a TV? A gente não sabia. Eu não sabia. Então houve consultas jurídicas, o modelo foi sendo aperfeiçoado. Os exemplos de fora foram sendo colocados na casa, você teve uma participação muito positiva nisso. Não dá pra dissociar essa sua posição no jornal e o aperfeiçoamento dessa linha editorial no núcleo, porque você vinha trazendo ideias, você começou a estudar o assunto. Então, cada componente desses era um tijolinho que a gente

colocava nessa construção nossa. Então, é isso. É um modelo que... como eu falei, ele ainda persegue a fórmula definitiva e ele vem se aperfeiçoando.

P: Em que estágio a integração se encontra atualmente e que aspectos precisa alcançar para considerar a equipe 100% integrada?

R: Eu acho que, assim, vamos começar pela segunda parte, 100% integrada. Ela já é, ela já tem um entendimento de integração muito bom. Acho que falta uma definição da política da empresa, estou falando da Rede Paraíba, mas enfim, tem que começar por aí. Ela tem que delimitar, delimitar não, ela tem que definir, estabelecer as relações de cada um. E eu não falo isso, pensando em estabelecer cargos, metas, coisas desse tipo não, mas eu acho que tem que ter uma política, olha você foi contratado para fazer isso, isso e isso. Você entra sabendo disso. Eu entro capacitando a equipe para fazer isso, entendeu? Tem muita gente hoje que nunca tinha pego num microfone de TV então a gente teve de ensinar. Por que não capacitar daqui pra frente? A gente tem Uniglobo, que era um produto só da Rede Globo, né, só para a TV Cabo Branco e hoje já se abre para os outros meios de comunicação daqui da empresa, mas por que a gente não capacitar o repórter do jornal para fazer um curso de repórter de TV, que a Globo oferece? Então, esse... é uma batalha que eu tenho, que aliás eu tenho respaldo... primeiro a gente tem uma certa autonomia de definir os cursos. Eu penso que os repórteres do portal, do jornal eles precisam ter a linguagem da Rede Globo, porque eles trabalham também para a Rede Globo. Então isso já ajuda, porque nesse ano agora eu defini muitos cursos de televisão pro pessoal eminentemente de portal, de jornal. O pessoal na hora: pra quê eu quero isso? Quer porque você um dia vai precisar. Então, só enquanto todo mundo tiver com essa, pelo menos com esse entendimento do que é a tv, do que é o jornal, do que é o portal, a gente vai realmente poder dizer que a equipe está 100%. Precisa de uma política da empresa direcionando esse entendimento. Esse é um dos pontos. Que a gente vem tendo, mas vem tendo assim, graças a carta branca que é dada, não a uma chancela de ... acho que a coordenação do esporte dentro do organograma que nós temos era muito bem-vinda, sabe, para que as coisas ficassem, que as pessoas soubessem a quem procurar. Porque muitas vezes hoje, coisas que Phelipe pode definir recai pra mim por uma questão de praticidade. Muitas coisas que eu posso decidir, ou eu tenho que decidir acaba caindo para o Phelipe e ele não tem a... ele não tem o embasamento naquele momento de decidir. Coisas da TV, olha, dá pra fazer um VT para o Sportv amanhã de manhã? Ele não tem esse entendimento ainda, mas às vezes vai para ele porque ... Ah, é núcleo de esportes vou passar para lá. Então isso ainda precisa ser melhor tratado dentro da equipe. Qual foi a primeira parte dela?

P: Em que estágio se encontra hoje?

R: A gente tem um caminho grande aí, nesse aspecto de todos realmente entenderem as funções das três mídias, é um processo ainda muito longo, mas eu nem sei se esse processo precisa ter fim. Eu não sei se um repórter da TV ele vai precisar escrever um texto para o portal. Eu não acho que é essa a ideia. A ideia é que ele apure, que ele traga um material bruto, que ele participe de uma discussão mais ampla do que pode ser diferente, que ele tenha um entendimento de que esse é o meu trabalho na TV, mas aquilo ali dá uma boa matéria pro jornal, então eu vou fazer aquilo ali... eu vou fazer uma foto, e eu sei que essa foto vai ser utilizada no jornal de uma forma muito legal. Aí, nesse ponto a gente está mais próximo. O ponto de fazer com que todos entendam que há uma necessidade de todos se ajudarem, que todos entendam que há uma necessidade de atender a todas essas mídias, contribuir com essas mídias. De chegar com uma sonora, chegar com uma foto, ver um tumulto na beira do estádio e dizer isso dá uma imagem pra

TV, eu vou chamar o cinegrafista que está comigo, enfim, ele está comigo para fazer o jogo, mas eu vou dialogar com ele...

P: Seria então todos terem uma cultura de convergência? Você acha que isso ainda não existe hoje?

R: É, eu acho que ainda não existe, mas na sua plenitude, mas ela está muito próxima. Todos hoje quando vão pro campo, pra um jogo ou pra um evento esportivo, eles sabem que vão apurar para três mídias diferentes, e isso já é um avanço muito grande em relação aquele início que a gente estava falando, de que existe uma barreira muito grande de um lugar pro outro, sabe? Hoje, você já tem um entendimento de sua equipe. Ele já sai, cadê a minha equipe da TV? Quem é meu cinegrafista? Então essa relação está muito próxima, sabe? Hoje, um dos trabalhos que eu tive muito grande foi de harmonizar as duas redações. Fazer com que o repórter do jornal ou do portal, ele fosse amigo do cinegrafista, parceiro. Eles estão fazendo um trabalho só, sabe? Só que muitas vezes no início era assim: “Que é? Quem vai fazer a sonora? É aquele menino do portal? Como é o nome dele?” Hoje eles se integram, eles brincam um com o outro, eles saem no carro, eles se ajudam, eles.. Eu tenho um orgulho muito grande de ter aproximado duas redações. Orgulho assim, da forma de ver: cara foi possível fazer isso, sabe. Eu me propus a isso, eu me propus a pegar na mão assim de um repórter do portal e levar na ilha de edição: “Ó, esse aqui é Luciano, é nosso editor de imagem. E eu vi, sabe, uma relação meio assim “muito prazer”, sabe aquela coisa fria dos dois? E hoje eu vejo ele chegar lá e brincar “ Luciano, separa isso pra mim. Olha eu quero aquela sonorinha, manda pro meu e-mail”. Então, esse processo foi um processo que teve um percurso.. mas hoje, o cinegrafista, o motorista, o fotógrafo...

P: Você acha que esse processo da cultura de convergência como algo natural, como algo pleno ainda está em processo realmente?

R: Está em processo e não sei se a gente vai acabar essa evolução um dia. Porque é isso, o mundo está tão rápido, não adianta você... eu não sei o que vem depois das redes sociais. Eu não sei se vem uma tecnologia mais imediata e nos faça moldar essa necessidade, ser moldados a essa necessidade. Hoje, com os recursos que nós temos hoje, acho que a gente trabalha muito bem com as redes sociais, a gente trabalha muito bem com as informações eu digo, de compartilhar uma informação...

P: Quando você fala redes sociais que trabalha muito bem, é o quê? Por que pelo questionário a maioria disse que não trabalhava bem, que não existia...

R: É porque é assim, a minha forma de ver rede social é você pegar o *WhatsApp* e você ter 200 mensagens, como eu te falei.

P: Em relação ao público?

R: A gente usa muito as redes sociais, como fonte de pauta. Por exemplo, é isso o que eu chamo de uso das redes sociais, de você ter velocidade da informação. Você não precisa mais de uma ligação, você não precisa mais... é tudo muito imediato. Olha, para você ter uma ideia, a gente tem uma escala de trabalho, tem 4, 5 ou 6 pessoas de folga, incluindo os de Campina Grande, quatro pessoas de folga, melhor dizendo, por fim de semana. Três de João Pessoa e um em Campina. Esses que estão de folga, por uma opção própria, eles vão para os eventos esportivos. Eles gostam dos eventos esportivos. É interessante que, da última vez tinha um de folga e “Não, eu estou no Almeidão, cadastra aí meu e-mail que eu vou fazer, que eu vou participar do tempo real, eu tô aqui...” que aí é uma forma de você utilizar, você está no estádio e vai passando

informações e essa informação já vai direto pro tempo real do jogo. Cara, eu não posso fazer isso. Legalmente você está de folga, não pode estar aparecendo aqui para trabalhar. Mas não adianta porque é da cultura. “Tá tudo bem, não bota não”. Mas eles são o que mais mandam mensagem em dia de jogo: “Ó, eu vi aqui o tal jogador saiu esbravejando...”. Eles ficam mandando pelo WhatsApp, ficam conversando: “Olha fulano não está jogando nada, eu acho que vale a pena a gente falar com o treinador sobre ele. Ó, ouvi dizer aqui, estou do lado do filho do dirigente, ele disse que hoje de noite vai ter uma reunião...”. Mas esse pessoal não tem nenhuma obrigação de estar fazendo isso, entendeu? Eles podiam estar em qualquer outro lugar. Então, essa velocidade da informação através dessa tecnologia, a gente traz muito a nosso favor. Fora isso, você tem hoje celulares ou máquinas fotográficas muito boas... a gente consegue fazer fotos principalmente pra internet e pro jornal também. E aí você cria esse mundo.

P: AL: Eu queria agora que você descrevesse qual é a rotina de produção no núcleo esportivo e tentar pontuar mudanças que ocorreram desde o início.

R: Em primeiro lugar, nós temos uma escala de trabalho. No início, nós optamos por uma redação, optamos não, nós tínhamos uma redação separada, depois nós convergimos tudo em uma redação só e hoje eu voltei a levar uma equipe pra TV. Então hoje pela manhã, pelo menos, a equipe fica separada; separada não, parte da equipe fica separada. Por quê? A TV, como eu falei, ela tem uma linguagem muito particular, muito própria. Então, o que acontecia: chegou um momento, até mesmo pelo *Globoesporte.com* ele dar um feedback maior, é matéria nacional, a gente tem matéria de 400 mil acessos, 100 mil acessos, 200 mil acessos, é muito acesso. É uma realidade.... Isso para um profissional que está começando, isso seduz, deslumbra... Então, a gente chegou a um ponto que todo mundo queria fazer pro *Globoesporte.com*, mas a TV ela estava ficando muito em segundo plano, nessa... nessa... então, eu voltei pra TV até mesmo para reestabelecer algumas funções que estavam se perdendo na TV, produção, reportagem... e aí foi mais fácil organizar a TV e fazer com que a TV entendesse o *Globoesporte.com* do que organizar o *Globoesporte.com* e fazer com que ele entendesse a TV. Então assim, houve essa percepção e aí são mídias diferentes, hoje a gente deu um... mas assim temos hoje repórteres nos três turnos, conseguimos, antigamente, quando surgiu o *Globoesporte.com* há três anos, só duas pessoas editavam. Duas pessoas tinham a responsabilidade de pegar matéria, ler, colocar na gerência, colocar as fotos e publicar. Até porque é uma responsabilidade muito grande porque estamos dentro da gerência da Globo. Então você pode cometer algum erro dentro da sua gerência, dentro da página local, mas você pode cometer um erro muito grande, ou existe essa possibilidade, dentro de uma página nacional. Você tem acesso à *Globo.com*, você tem acesso ao *Globoesporte.com*, você pode mexer em uma matéria, você pode tirar uma matéria do ar. Você pode, sabe, tem uma série de possibilidades que você pode dar uma... pode dar... pode causar um prejuízo; um prejuízo enorme a uma instituição como a *Globo*. Então a gente tinha esse pudor, ao poucos, quando você vai conhecendo a equipe, você vai moldando a equipe, que a equipe vai saindo, se soltando, você começa a enxergar potenciais de edição, de reportagem, hoje eu tenho excelentes repórteres, mas que não são grandes editores; e eu tenho grandes editores, mas que não são repórteres tão brilhantes, como são editores. Mas todos fazem tudo hoje; todos publicam, todos fazem reportagem, todos vão pra rua, inclusive eu, inclusive Phelipe, até mesmo porque a gente gosta de estar na rua, gosta de fazer matéria. Então, a gente procura tirar aquela política de repórter de ar-condicionado, de redação e vai pra rua mesmo, vamos sair, vamos fazer tal... Então, isso também foi mudando com o passar do tempo. Claro que se você chega com um repórter novato você não vai dar a ele essa possibilidade de editar, você já começa a ver com outros olhos. Ó, tudo bem, mas vamos aprender o que é o CMA, o que pode ser feito, o que não

pode. O CMA é o sistema operacional da gente, gerencial. O que pode ser feito, o que não pode, como cadastra uma foto, o que você deve fazer com as TAGs, né? Então, mudou pouca coisa, a não ser o entendimento maior da equipe. E assim: essa equipe hoje, ela consegue atender todas as mídias, em todos os horários, e em todos os eventos. Pra mim, isso é o que importa. Tem o que evoluir, tem. A gente pode ter uma equipe de TV só do esporte.

P: Como isso afetou a produção para o *Jornal da Paraíba*?

O *Jornal da Paraíba*, eu acho que ele ganhou mais do que perdeu. É como eu estava te falando, o *Jornal da Paraíba* estava sobrevivendo, num passado já ficando distante, há quatro anos, cinco anos atrás, ele começou a perder essa força de uma matéria... Eu só tinha um estagiário, eu só tinha um repórter que era dividido com o Vida & Arte. Então, esse repórter precisava fazer o Vida & Arte, precisava fazer o esporte. Então, muitas vezes ele não atendia em nem uma coisa, nem outra. Ou se atendia bem, porque ele era muito bom, se atendia as duas frentes era porque ele era muito bom, né? Porque ele tinha uma percepção de entendimento das coisas muito diferenciada. Mas a gente estava indo para um lado perigoso, a gente estava indo para aquela história de, sabe, eu só tinha uma bala pra gastar. Vai no treino do Botafogo. E se acontecesse alguma coisa no treino do Auto Esporte? Release, uma informação, eu não digo mal checada, mas checada de forma superficial, não dar matéria para a gente não correr o risco dela estar errada, já que ela não estava devidamente checada. Então, a possibilidade de você levar um furo, de você levar... é, era muito grande porque, há quatro anos, as redes sociais não eram essas que a gente está vendo hoje. Então, hoje talvez você ficar só monitorando a rede social e portal você consiga dar uma roupagem ao jornal, sem levar furo, fazendo uma... mas naquela época não existia esse tipo de facilidade que existe hoje em dia. E é uma faca de dois gumes: da mesma forma que é muito bom a rede social pra nos informar, ela também, ela joga uma matéria atrás da outra. Então ontem, por exemplo, eu fechei o jornal com uma informação de um reforço do Vasco, que tinha contratado. E aí fechei, botei lá a materiazinha. Quando foi seis horas, recebi lá na rede social que ele tinha um reforço mais importante do que aquele que eu tinha botado. Então tinha duas alternativas: ou eu substituí a matéria. Ou eu juntava as duas numa só e colocava lá. Então, eu tive de fazer um outro trabalho. Não ia deixar de dar... Talvez numa outra situação, essa informação fosse chegar pra gente de 9 da noite, então ninguém mais tinha, nem eu nem ninguém aqui na Paraíba, pelo menos, mas hoje você tem que estar atento: ah, seis hora da noite, todo mundo vai dar. Todo mundo vai dar, não posso dar esse reforço, tendo essa matéria que é mais importante. Então, a gente precisa estar mais atento. Nós precisamos estar mais atentos com isso. Mas é isso, essa questão do jornal, acho que o jornal ganhou mais do que perdeu. Até porque, aí vem aquela coisa de novo, o fato de, ou o discernimento ou o poder de escolher, de direcionar as matérias... E tenho um relacionamento muito bom com Phelipe, que é o editor do *Globoesporte.com*, que esse é, acho que é o segredo de tudo, no núcleo que nós temos, porque se você tem um editor do *Globoesporte.com* que não seja parceiro, sabe, certamente essa dificuldade iria ser muito maior. Como eu tenho, nós temos uma relação muito aberta em relação a... “Phelipe, estou com essa matéria aqui, vamos dar no jornal, vamos dar amanhã no portal, que hoje a gente já deixa programado... Então, a matéria é a mesma, eu nem sei se esse pudor todo é necessário, sabe, porque já chegamos à conclusão de que são públicos diferentes, são entendimentos diferentes e tal, mas a gente ainda pensa com aquela cabeça de dizer “Ó, vamos sair juntos. Se o jornal vai estar na rua às 7 da manhã, programa pras sete e meia”. Então os dois vão andando com a notícia na paralela, mas isso não pode ser... Caiu um treinador. Não tem como esperar. Você vai botar no portal e nem no jornal você vai encontrar uma linguagem diferente, é difícil. Caiu o treinador... é factual! É igual ao governador que anunciou um reajuste

no transporte público: e aí, eu vou dar no portal e não vou dar no jornal, porque saiu no portal? Vai sair só no portal? E difícil até você conseguir um gancho diferente. Ah não, vamos lá: pro jornal eu vou procurar um personagem que vá ser prejudicado, ah, na teoria isso é muito bom, todo mundo sabe fazer, vá encontrar! O anúncio foi de 5 horas, o jornal tem que fechar de 8, vá encontrar um personagem na rua, fazer foto dele pra botar... Ah... então, a matéria vai ser a mesma. O máximo que vai fazer é dar um tratamento diferente a... vou tirar o lead, vou botar um sublead... vou mudar esse parágrafo, vou botar aqui pro primeiro... a essência é a mesma.

P: Como é a sua rotina no núcleo integrado?

R: Então, como eu tenho dois contratos, um da TV e um do jornal, eu chego na TV de manhã cedo, sete e meia, oito horas, faço todo o Globo Esporte e nesse primeiro período dou a largada, né, no *Globoesporte.com*. Até porque a gente precisa entender que o *Globoesporte.com*, ele é um produto também da TV. A marca dele é uma marca ligada à TV, à Globo. Então, a gente vai trabalhando, o pessoal do *Globoesporte.com* produzindo.

P: Quando você diz dou a largada é o quê? Orientar a equipe?

R: Orientar, dar pauta...

P: Fazer texto, editar?

R: Editar, fazer texto, só numa necessidade muito grande. Às vezes numa matéria muito urgente, numa apuração que é muito imediata... Faço, mas não é com essa frequência toda. E aí, assim, a gente orienta, passa as pautas. Tem alguns entendimentos que eu já tenho discutido com Phelipe no dia anterior. “Ó, a gente faz dois dias que não dá nada do Auto Esporte então amanhã, impreterivelmente, vão ter que ir no Auto Esporte. Olha, o CSP está muito desguarnecido aqui vamos lá. Ó, a gente dá dando muito futebol, amanhã a gente tem que pautar alguma coisa diferente, pra não ficar o futebolês, né? Então, vamos partir para um esporte diferente...”. Então, essa é uma responsabilidade que eu tenho logo cedo. A partir de 11 e meia, meio-dia, uma hora, Phelipe chega. Quando Phelipe chega, aí ele cuida do que já está sendo largado, já vai cuidando do *Globoesporte.com* à tarde... aí tem a rotina também... Como é um site integrado à TV, a um programa da TV, a gente tem a responsabilidade de colocar os vídeos no ar, de dar um tratamento diferenciado aos vídeos... e nesse período todo, tanto da TV quanto do portal, eu tô trabalhando o jornal. Eu já sei, por uma questão até de experiência mesmo, eu já sei que a minha página 6, ela não vai ter anúncio, eu já sei que muitas daquelas informações eu já posso pegar um gancho legal para escrever uma coluna, então eu vou começar a dar cara e muitas vezes eu faço esse trabalho do jornal de manhã, né? Então, escrevo a coluna, porque eu já tenho tudo apurado, a gente conversa muito, a equipe conversa muito... Larissa, Hévila, Cadu... A gente está sempre, não, faz assim, faz assado... Fulano não me atende, Fulano me atendeu e disse que o treinador caiu... Então, essa troca de informações, frente a frente, existe demais. Então, quando a gente dialoga demais, você começa a ter ideias, não eu vou abrir minha página hoje, eu já sei, vou abrir minha página de esportes com o treino do Campinense, embaixo eu vou botar a matéria do Treze que eu já vi que está lá, eu vou dar só uma ajeitada, tem essa matéria que a Juliana escreveu que é muito boa, essa matéria eu vou jogar na página 7, sabe eu tenho um jogo... Pronto. Eu já fechei, eu tenho uma ideia da minha página, montada na minha cabeça. Então, a minha rotina é essa, eu ...

P: Depois que você fecha o jornal à tarde?

R: Aí eu edito o jornal à tarde, escrevo a coluna, edito o jornal, tenho a responsabilidade de assinar o Globo Esporte, que sou eu que faço efetivamente o Globo Esporte com Kako também,

mas... e o Phelipe, ele fica mais nessa parte gerencial, editorial do *Globoesporte.com*. Então, ele vai trocando as matérias, ele vai... Claro, aí à tarde, eu estou frente a frente com ele, a gente troca umas ideias. Ah, deixa isso mais tempo, vamos suitar esse caso aqui, que ainda merece e tal...

P: E em dia de jogo, como hoje, você só sai do jornal mais tarde, meia-noite?

R: E, hoje, assim, como Phelipe, ele tem uma... ele é um excelente profissional também, enfim, e ele consegue também assumir a edição de um jornal, muitas vezes a gente reveza, cria esse hábito, né? Cara, bota hoje, amanhã eu faço os dois. Até mesmo para não ficar duas pessoas, que é a ... Eu acho que é a premissa da integração, você não ter duas pessoas fazendo o mesmo trabalho. Às vezes não tem como, às vezes é tanta coisa que não dá para você direcionar para uma pessoa só. Mas hoje só tem um jogo, o jogo termina de meia-noite, então tem, ele tem condições de fazer o *Globoesporte.com* e rapidamente botar a matéria do jornal, botar a foto, que já está lá, às vezes eu já deixo as coisas mais ou menos encaminhadas para ele.

P: Quais são as regras definidas pela direção de jornalismo da rede para a cobertura esportiva? Existe isso ou não ?

R: Não, a gente tem algumas, temos algumas posições assim muito claras. Uma equipe honesta, que a gente possa confiar acima de qualquer suspeita mesmo, qualquer tipo de envolvimento, então a gente procura ter essa confiança e dar toda liberdade, a gente pelo menos confia muito na equipe. Se ele disser que é isso, e um dia a gente tiver que desmentir, ele vai desmentir inteiro, e eu não acredito. Então, esse grau de confiança, esse ambiente de trabalho a gente procura passar. É uma equipe nova, é uma equipe jovem e a gente se coloca nessa juventude também. A gente brinca muito, a gente se diverte muito também. Então, qual é a regra básica? É bem informar, melhor informar, procurar fazer tudo dentro dos conceitos éticos, sem passar por cima de ninguém, sem querer se promover às custas da notícia. Nós promovemos a notícia, não é a notícia que nos promove. Então, é, e assim, eu acho que todos eles entenderam muito bem isso. Não tem uma regra, não tem uma restrição editorial, não tem ah, isso pode, aquilo não pode. É claro que, editorialmente, temos algumas concepções. Por exemplo, tem clubes, times de futebol que dão mais acesso que outros, claro! O Botafogo dá mais acesso que o Lucena, lógico. Mas o tratamento que nós temos com os dois times tem que ser o mesmo, o tom crítico é o mesmo. Então, não é por ser o Botafogo que a gente vai ter medo porque a torcida... vai pro estádio é xingado, outros aplaudem, outros elogiam, enfim e o Lucena não tem nada, o Lucena nem aplaude, nem crítica...

P: A implementação do Núcleo Integrado afetou a cultura profissional da empresa, a forma de produzir notícia como você se relaciona?

R: Não, acho que não, assim, ele é rotineiramente citado em exemplos, dentro de um exemplo que deu certo, mas eu não vejo que tenha mudado muita coisa.

P: Agora, por exemplo, com as pessoas que fazem o esporte, houve mudanças?

R: Sim, houve, houve, houve até uma mudança de entendimento. E é como eu te falei, quando nós fomos montar a equipe do *Globoesporte.com*, do esporte, mas que houve essa entrada de novos nomes por conta do surgimento do *Globoesporte.com*, a gente queria gente nova, gente que, sabe se propusesse a dar uma coisa diferente, acabar com alguns vícios de... Ah, não vamos cobrir isso à noite não porque ninguém vai cobrir porque a gente vai? Então a gente começou a cobrir. Começou a fazer coisas diferentes, então, muda claro, muda tudo, né? Muda horários, a gente enfim recebe e-mails, restrições do RH porque ... Mudou o horário? Mas é porque tem um

jogo à noite... mas não pode mudar, tem que fazer diferente... Isso é um novo embate administrativo, para você poder convencer de que aquilo ali é normal. A lei não foi feita para esse tipo de cobertura, a lei não permite que você trabalhe de manhã e de noite, a lei não permite que você não faça um intervalo, então a gente vai tentando adequar ao que é certo, mas ao mesmo tempo a gente vai tentando mudar um pouquinho a cultura da empresa. Por que antes, antes não era permitido você pegar carona no carro da TV. Quando eu entrei não podia, e isso foi... “Tá, tudo bem, vai pagar um táxi todo dia? Vai contratar outro motorista, vai botar outro carro?”. Então, aos poucos vai...

P: Então, já começa, se é um núcleo integrado porque a equipe do GE não pode ir no mesmo carro da TV?

R: Não, e aí, você acaba que, você acaba... e eu sinto também que essa semente que foi plantada no esporte ela também, essa permissão que foi dada ao esporte, ela também acaba que atinge outras situações. Ah, mas se o esporte pode ir no carro da TV porque não pode dar uma carona para o menino do jornal, que também está lá? E acho que isso ainda poderia ser um pouco mais aflorado, né? Mas já é uma semente. Já não existe mais essa restrição, de não poder ir. E assim, aos poucos a gente vai conseguindo outras coisas. Por que só o fotógrafo que tem de fotografar? Por que só o cinegrafista que tem de produzir uma imagem? Então, isso foi sendo conquistado. Essa mudança, de mentalidade, de cultura foi sendo conquistada, né, por conta disso. É como eu estava te falando, eu acho que isso vai ser muito utilizado daqui pra frente em todo o grupo, em todas as redações, não é só nessa não.

P: Você está falando dessa mentalidade, de regras, então como é que essas regras, essas concepções, esses códigos de cada veículo são passados para os integrantes do núcleo?

R: Então, essa pessoa que foi contratada agora, mesmo que para um período de, mas ela foi contratada sabendo que iria atender todas as mídias. Ela sabia que iria fazer sonora, ela por já ter experiência na TV e ser uma repórter de impresso muito experiente já, então ela se integrou muito bem à equipe. Parece que ela já está lá há cem anos, né. E é esse... a proposta que a gente tem. Todos sabem que têm que fazer isso, e a gente procura cada vez mais aperfeiçoar esse entendimento. Antes era: fazer TV, eu? Fazer TV? É, fazer TV.

P: Por exemplo, eu participei de uma reunião, onde todos vocês também estiveram. As reuniões de pauta são frequentes, são momento para essas regras, a forma como vocês querem atuar?

R: A gente, é assim como que te falei, basicamente todo mundo se pauta, todo mundo faz tudo. É claro que chega numa hora que a gente precisa direcionar alguns pontos. As reuniões de pauta nós fazíamos todas as terças-feiras, todas as terças, mas acabou que criava pra gente uma situação mais complicada. Você tinha que chamar uma pessoa mais cedo, às vezes você tinha uma outra atividade e, assim, a gente sempre procurou... tem muito estagiário, e esse estagiário às vezes tem uma vida acadêmica ainda, que precisam cuidar da vida acadêmica deles. Então acabava que, era um sacrifício muito grande você debater. Então hoje, a gente conversa muito, mas conversa muito individualmente. Conversa muito em grupo, a gente hoje... a pauta hoje da gente é feita muito pelo WhatsApp, você vai lá, olha vamos fazer isso... eu cheguei, estava saindo... aconteceu isso... o próximo que pegar, já pega essa matéria... e todos têm essa função, esse discernimento. Todos se pautam, todos pautam todo mundo. Ó, e acho bom ver isso aí com Expedito, ou com Phelipe. Tem essa matéria aqui que eu achei bem legal, eu acho que tem que ser avaliada. Então, a gente substituiu aquele encontro formal e presencial, e todo mundo se fala, todo mundo se fala no

WhatsApp, até quem chega por último ainda se fala. Eu acho que falta ainda talvez um pouco de capacitação para outras mídias, mas que é uma coisa que também vem com o tempo. Não adianta você achar tudo vai estar resolvido em um ano. Eu acho que integração tem que existir; o aperfeiçoamento dela é que tem que ser gradativo. Não dá para você também ficar esperando: ah, eu vou fazer a integração daqui a um ano, daqui a dois anos, daqui a três anos. Tem que ser feito, depois você vai vendo o que vai melhorar. E aí, TV não compartilhou a informação? Vamos lá discutir o que é que houve? E eu já tive que administrar crises desse tipo, né?

P: E, por exemplo, nas entrevistas que eu fiz, vi reclamações: a TV não acredita na informação que o núcleo de esportes passa, que aí também mostra que a cultura e integração não está tão disseminada.

R: Mas essa TV são outros programas. Isso já aconteceu demais assim. Um determinado editor pediu informação a um repórter do núcleo, ele dá a informação, e volta e meia ele liga pra mim: Expedito, ó, é isso mesmo? É, é isso mesmo. Sabe... aí você cria realmente um constrangimento, uma animosidade que não precisava ter sido criada. Mas isso também é natural. São pessoas que você vê ali, dez pessoas, a turma do esporte é muito despojada, brincalhona, é muito cheia de ...Nossa, será que isso tá certo? Não, eu vou checar com Expedito que pelo menos é da TV. Mas não é só isso, não é só a relação com os outros programas. É uma relação assim, entre a gente mesmo. Acho que entre a gente mesmo essa relação ainda pode ser melhorada. Ainda. Já é muito bom, mas ela ainda pode ser melhorada.

P: Qual é a infraestrutura que é oferecida hoje pela empresa para o funcionamento do núcleo esportivo, da figura do jornalista polivalente?

R: A gente tem alguns cuidados, mas já foi, já foi... Cuidados que eu digo com quê? Eu poderia munir toda a equipe com um celular, muito bom, mas até que ponto isso caracterizaria um trabalho, um sobreaviso, sabe? Se você me entrega um celular e permite que... ou você incentive que a equipe faça, inclusive em folga, sabe? Então há um aspecto jurídico, que precisa ser resolvido. Então muitas vezes, esse, essa falta de recursos, ela é colocada simplesmente, ah, a gente poderia receber isso e fazer melhor, mas as coisas não são assim, elas têm a velocidade normal, existem consultas “Será que pode ser feito dessa forma?”. Eu não sei se é a melhor forma, sabe? Até pra você não criar... Sem incentivar, sem dar celular a todo mundo, o pessoal, de folga, com o seu aparelho... e faz. Você imagina se você der? Eu não posso correr o risco de caracterizar uma exploração demasiada desse trabalhador, então a gente está discutindo isso. Existem outros pontos a crescer? Existe, a gente quer fazer um programa de... um programa na internet... um programa de TV na internet. Existe já um projeto, sendo discutido, existe uma sala já, que era aquela do “4 Minutos”, a gente quer fazer ali, precisa de um cenário, precisa de um âncora, precisa de um tempo para se fazer, quem vai participar, como... então você precisa pensar nesse programa. Então, são conquistas assim pontuais. Conseguimos um orçamento, isso foi um marco, o que nos deu a possibilidade de dizer o que a gente quer para o ano seguinte e executar dentro daquele nosso orçamento. Isso é um primeiro ponto, isso é muito importante. Depois a gente vai conseguindo outras coisas. Acho que já tem, já existe uma infraestrutura muito boa. A gente consegue cobrir qualquer evento. Com táxi, com carro da TV, com carro do jornal, há o fotógrafo do jornal, há uma abertura pra que isso aconteça. Eu falo com... Quantas vezes eu falei para você pra liberar um fotógrafo para eu fazer isso? Então, eu continuo fazendo isso. Então, essa é uma estrutura boa. As fotos que a gente tem no *Globoesporte.com* são fotos de França, de domingo, e aí não vi em lugar nenhum fotos melhores que as nossas, mas ele é o fotógrafo do jornal. Ele não está dentro da integração? Tá. Também tá, tá integrado com esse

núcleo. Então, aos poucos... mas isso foi uma barreira que foi quebrada, porque o próprio fotógrafo no início não queria fazer foto para o portal, só queria fazer foto só pro jornal. E os fotógrafos hoje eles já entendem o seguinte: “Cara, eu faço o trabalho. Trabalho, trabalho e no jornal vai sair uma foto...”. Então, assim, o fotógrafo hoje entende que a foto dele no portal é uma foto que rende um... Eu quero dizer que ele pode fazer um book lá, não veio o nome... uma galeria, uma galeria de fotos dentro do portal, então pra ele, ele está valorizado o trabalho dele. É diferente de você só dar uma foto no jornal. Ele agora tem uma galeria dentro do portal, essa galeria recebe um tratamento diferente, essa galeria vira uma notícia à parte, ela é compartilhada, ele compartilha, roda o Brasil através das redes sociais e com a chancela do Globo Esporte ou do G1. Então, por que ele não vai fazer? Por que ele não quer trabalhar com esse... Se esta ajudando a valorizá-lo? Então assim, a gente já conseguiu muita coisa, antes não tinha, hoje tem. Hoje a gente consegue, quando a gente não tem fotógrafo, a gente consegue um *frame* da TV e equivale a uma foto pro portal, de um momento de um gol, de uma comemoração, de uma entrevista, sabe. Então, estamos trabalhando com as armas que hoje nós temos.

P: Só para encerrar, eu queria que você falasse alguma coisa que a gente não tocou e que você acha que é importante.

R: Eu acho que tem que ficar bem claro que esse não é um processo definitivo. Não é um processo que tenha um fim porque já chegou ao fim, é uma coisa que vai sendo aperfeiçoada e que tenho certeza que vai ser copiada, implantada, melhorada em outras redações e em outros jornais, aqui mesmo, com a gente, porque é isso, é uma gama de possibilidades que a gente não sabe ainda dimensionar. A gente não sabe ainda aonde pode chegar com isso, é muito abrangente, sabe? Você está sempre melhorando, sempre tendo uma ideia nova, você está sempre levando pro jornal uma ideia nova. Então é isso, eu acho que o que deve ser feito é não ter medo também do mercado, né? Não ter medo desse momento que a gente está vivendo. Muita gente acha que isso só vai causar desemprego e no esporte só causou emprego até agora. Eu não vi nada de desemprego. Entendeu? A gente tinha uma pessoa, tem oito, nove! Então, porque a internet também exige isso. Você quer fazer um bom produto na internet, você tem que ter mais gente para cobrir tudo, sabe. O jornal, com todo o respeito à linguagem do jornal, você condensou aquilo ali que você apurou naquele dia e vai... A internet você precisa apurar naquela hora e soltar, uma hora depois você precisa repercutir. À noite, tem uma outra coisa que chegou, de manhã tem que estar diferente... E isso você só vai fazer com gente, com pessoas, com jornalistas. Então, muita gente tem medo disso, vai... essa polivalência vai acabar com... Não vai acabar. Vai é multiplicar, eu acho, né? Pode ser até que eu esteja enganado. Eu acho assim.

APÊNDICE E – OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

1. Rotinas de produção (observação realizada com colaboração de Valéria Sinésio) Núcleo Integrado Esportivo da Rede Paraíba de Comunicação

Primeiro dia de observação - segunda-feira (09/03/2015)

Turno: tarde

- São dois repórteres e um editor presente até 16h; depois desse horário, chega o editor-geral Expedito Madruga;
- A redação está um pouco `parada`. O motivo: dois jogos no período da noite, o que implicou na alteração de horários de dois repórteres (um do portal e um da TV);
- Mesmo assim, os repórteres se movimentam na redação. Trocam ideias, em clima de descontração, sobre pautas que receberam e sobre o jogo do dia anterior (Botafogo);
- O clima entre a equipe parece harmonioso;
- Como não há muita pauta para o dia, os repórteres, por conta própria, é importante dizer, fazem rondas nos portais (local e nacional) em busca de algo que possa render matéria;
- Não teve matéria externa (o fato da mudança de horário dos dois repórteres para fazer a cobertura dos jogos da noite impedem isso);
- Em alguns momentos, observo diálogos curtos entre repórteres e editor (Phelipe). São dúvidas relacionadas à produção de matérias;
- Em determinado momento, um dos repórteres é chamado pelo editor, que pede que ele repercuta uma matéria envolvendo o Botafogo na série C do campeonato;
- Enquanto isso, o outro repórter conclui uma matéria e a coloca no banco de matérias. Em seguida, avisa ao editor, que abre o banco e passa a editá-la para publicar;
- Outra observação que se faz importante é a interação dos membros da equipe através do WA (WhatsApp). Eles criaram esse grupo recentemente e trocam informações com frequência (desde contatos de um entrevistado a sonoras);
- Não houve visita à TV ou ao jornal no período de observação. Em relação ao primeiro (TV), o motivo foi a ausência de repórteres (que tiveram horários modificados por conta dos jogos); no jornal (apenas quando o editor chegou à redação);
- O editor Madruga é quem edita os textos para o jornal. Acontece assim: os repórteres produzem para o portal e no final da tarde/início da noite, o editor recolhe o material, faz uma triagem, em seguida decide o que `merece` ir para o jornal e edita (essa edição pode representar a mudança estrutural da matéria, mas nunca o sentido);
- Repórteres combinam fotos. Entre eles – nesse instante o editor só observa – é discutido a necessidade de atualização do banco de imagens;
- Editor (Phelipe) segue orientando sobre qual o foco deve ter a matéria que acabou de pautar.

Segundo dia de observação – terça-feira (10/03/2015)

Turno: tarde

- Há quatro repórteres na redação; os da manhã ainda não saíram, por isso a quantidade maior;
- Em vários momentos eles discutem pautas;
- Um dos repórteres parece ficar responsável pela redação, na ausência do editor. Digo isso porque é a ele que os demais se dirigem para tirar dúvidas sobre publicação de matérias;
- Eles voltam a discutir pautas: as que serão apuradas e as já publicadas;
- O CMA (sistema para publicação de matérias) fica fora do ar praticamente durante toda a tarde, o que impossibilita a veiculação;
- Repórteres voltam a discutir pautas;
- Chega um dos editores (Caldas). Não demora muito para ele começar a perguntar aos repórteres sobre as pautas que estão sendo produzidas;
- Em seguida, o editor se dirige a uma repórter e pede para ela ajeitar releases;
- Chega o segundo editor. Agora são os editores que discutem pautas;
- A rotina na redação permanece tranquila até a volta do CMA;
- Repórteres ligam para entrevistados;
- Editores e repórteres discutem pautas.

Terceiro dia de observação – quarta-feira (11/03/2015)**Turno: tarde**

- A observação começa com um flagra: reunião entre repórteres e editor (Madruga) no corredor da empresa;
- Eles discutem pautas e dividem as tarefas para os dias seguintes. Coisas do tipo: repórter tal acompanha tal coisa;
- Na redação, a rotina é bem parecida aos dias anteriores, sendo ainda mais tranquila e menos movimentada no que diz respeito ao fluxo de matérias;
- Sem editor presente, os repórteres discutem pautas e cada um escolhe a que vai fazer, em comum acordo;
- Um dos repórteres edita a matéria para publicar;
- Não houve pauta externa;
- Chega o editor (Caldas) e orienta os repórteres sobre quais pautas devem ser realizadas no período da tarde;
- Editor pega as matérias para editar e publicar na página;
- Editor e repórter discutem sobre matéria do portal que deve entrar no impresso. Dentre os pontos destacados por eles está o da assinatura da matéria, que foi feita por dois repórteres;
- Chega o segundo editor e passa a editar as matérias para o impresso.

Quarto dia de observação – quinta-feira (12/03/2015)**Turno: tarde**

- A tarde começa com a produção de matéria para o Globo Esporte nacional pelo repórter que trabalha na TV (a matéria é para o portal);

- Ele redige a notícia com o celular na mão. A entrevista foi feita pelo WA dias antes;
- Nos planos do repórter está a `decupagem` de material para matéria da TV, porém, os planos são derrubados por conta do surgimento de uma matéria externa (sobre o retorno do Botafogo);
- O repórter faz alterações em uma pauta que será produzida no dia seguinte;
- Depois da matéria externa, ele volta a fazer a matéria para o Globo Esporte nacional.
- Na redação do portal, o editor (Caldas) atende ligação de repórter de CG para tirar dúvidas sobre como colocar siglas na matéria. A dúvida era se ele poderia usar o termo CMCG (Câmara Municipal de Campina Grande) sem especificar o que isso significa. O editor responde que deve sim ser explicado no texto;
- Um repórter vai para matéria externa (greve de jogadores em Santa Rita). Pelo WA, eles se comunicam;
- O editor (Caldas) faz um treinamento online sobre o TR (Tempo real). O treinamento é realizado pelos editores nacionais do GE;
- A rotina parece tranquila na redação. Os repórteres olham sites locais e nacionais, na conhecida ronda;
- Chega o segundo editor (Expedito) e começa a fazer um apanhado das notícias que foram publicadas. Ele começa a selecionar o que vai para o jornal;
- Repórteres produzem notícias e repassam ao editor para publicá-las.

Quinto dia de observação – sexta-feira (13/03/2015)

Turno: tarde

- Na redação da TV, editor (Madruga) e repórteres fazem uma reunião informal para definir a escala do final de semana e ajustes sobre algumas pautas;
- Um dos repórteres avisa sobre uma matéria externa, mas em seguida corrige;
- O produtor da TV (Lucas) cuida das pautas em vários momentos. Também procura pautas pela internet;
- Na redação do portal, um dos repórteres está em matéria externa desde o início da manhã, da qual só retorna por volta das 15h;
- Outros repórteres produzem pautas factuais para o portal;
- Um quarto repórter assiste ao telejornal nacional esportivo (GE) atentamente;
- Repórteres discutem agora sobre a demora do colega na pauta que foi iniciada pela manhã; na opinião deles, houve muita burocracia por parte dos organizadores do evento, o que altera a rotina na redação;
- O editor (Caldas) volta do almoço e olha a página do GE;
- Editores e repórteres discutem pautas;
- Chega o segundo editor (Madruga) para iniciar a edição do jornal do dia seguinte e do domingo.

2. Acompanhamento de TR para a produção de matérias do GE/PB (realizado com a colaboração de Katiana Ramos)

Turno: noite
Segunda-feira - 09/03/2015

Chego na redação do globoesporte.com/PB (GE) às 21h, uma segunda-feira. Dia atípico para jogos de futebol, mas em campo estão os clubes paraibanos Santa Cruz e Campinense, no Teixeira, em Santa Rita; e o Lucena e Miramar, no Tomazão, no bairro do Valentina Figueiredo, em João Pessoa. Os jogos integravam a 5ª rodada do Campeonato Paraibano 2015.

Para fazer a cobertura do jogo para o portal GE, Tv Cabo Branco e Jornal da Paraíba um repórter foi enviado para cada estádio e neste dia o editor de esportes do portal, que neste caso é responsável também pela editoria do jornal e do programa local Globo Esporte, Expedito Madruga, estava na redação do portal para alimentar o site, através do Tempo Real (TR).

Os dois jogos começaram às 20h30. Com celulares, câmeras fotográficas e um microfone para captação de sonoras para a TV Cabo Branco, os repórteres externos enviavam através do aplicativo WhatsApp as informações do que acontecia em campo. A cada minuto o repórter recebia informações das duas disputas e acompanhava a transmissão do jogo entre Santa Cruz e Campinense também pelo rádio, cuja transmissão foi feita pela equipe da CBN João Pessoa. Portanto, para fazer o TR ele utilizava informações recebidas pelo celular e complementava com a narração ouvida no rádio.

O TR era alimentado com informações simples, como faltas cometidas pelos jogadores, substituição do atleta, animação das torcidas nos estádios, até dados utilizados para chamar a atenção dos torcedores internautas, como chutes a gol e breves análises do desempenho dos times.

Percebemos que o jogo que não foi transmitido pelo rádio tinha o TR alimentado menos vezes que o sistema da outra disputa. Contudo, o repórter que estava na redação não passava mais de três minutos sem inserir os acontecimentos dos dois jogos.

Por volta das 21h20 termina o primeiro tempo dos dois jogos. Durante o intervalo, o repórter liga para os repórteres para cobrar mais informações do que está acontecendo em campo no momento (conversa entre técnico e time, bate-papo entre jogadores adversários, movimentação dos torcedores) e também o envio de fotos (feitas pelo celular e encaminhadas pelo WhatsApp) para alimentar o TR também nesse período, que durou cerca de 20 minutos.

Finalizadas as ligações, o repórter fica mais atento aos comentaristas da CBN, que aproveitam o intervalo do primeiro tempo de jogo para fazer uma análise da partida, dos clubes e do Campeonato Paraibano.

Às 21h40 começa o segundo tempo da disputa entre Santa Cruz e Campinense e Lucena e Miramar. Tanto o anúncio do intervalo quanto do reinício da partida são informados no TR. Percebe-se que quando não há informações relativamente importantes para os torcedores, como chutes a gol, troca de jogadores, o TR é alimentado com breve análises sobre os jogos ou sobre um jogador de destaque, desempenho dos times no campeonato, etc. Mas o sistema não passa mais de três minutos sem informações. Neste dia, o TR não foi ilustrado com muitas fotos. Em média, quatro de cada partida.

Finalizadas as duas disputas, por volta das 22h40, chega o momento da produção da reportagem completa para o portal, que deve entrar 15 minutos depois do fim dos jogos. Para a produção do texto, o repórter que ficou na redação seleciona algumas informações já postadas durante o TR e complementa com outras que ouviu na rádio. Além dos fatos das partidas, ele também insere no texto opiniões sobre o desempenho dos clubes nos jogos, faz comentários sobre a situação dos times no Campeonato Paraibano e ainda relembra informações da participação dos

dois clubes nas rodadas anteriores, como a artilharia no campeonato, retorno de jogadores machucados ou contratados e próximas partidas.

Durante a uma hora e quarenta minutos que acompanhei os jogos, o editor ligou apenas três vezes para os repórteres. Observa-se então que as informações utilizadas para alimentar o TR e para produzir a reportagem final foi feita com o auxílio do aplicativo WhatsApp e transmissão da rádio.

Constatamos ainda que o repórter que fica na redação é o responsável para fazer o TR e produzir os textos para o portal GE/PB e Jornal da Paraíba. Neste dia, por haver na disputa um clube de Campina Grande (Campinense), havia um repórter na redação do GE/PB de lá, que foi o responsável para produzir a matéria sobre o jogo entre o Campinense e o Santa Cruz (publicada no portal e no jornal impresso). Já a matéria sobre o jogo entre o Lucena e o Miramar foi feita pelo repórter do TR da redação de João Pessoa (Expedido).

A matéria publicada no portal destacou a disputa entre o time de Campina Grande e o de Santa Rita. O mesmo aconteceu com o material publicado no jornal impresso.

Por volta das 23h30, os repórteres externos voltam à redação do GE. Eles descarregam as fotos das câmeras fotográficas. As imagens, geralmente, ilustram a matéria que será publicada na edição do dia seguinte, no jornal impresso. Já as sonoras feitas em campo serão utilizadas para a produção do off, que compõe a reportagem para o programa Globo Esporte, que será veiculado às 12h40 do dia seguinte. Por conta do horário do término dos jogos, os repórteres externos não fizeram o texto do off para a matéria da TV, que será produzido no dia seguinte pelo editor Expedito Madruga.

Durante este dia que acompanhamos o TR não houve comunicação entre o repórter da TR da redação de João Pessoa ou de Campina Grande com a editoria-geral do GE, localizada no Rio de Janeiro.

ANEXOS

ANEXO 1 – RELATÓRIO DE UMA SEMANA DE INTEGRAÇÃO ENTRE AS REDAÇÕES IMPRESSA E ONLINE NO JORNAL DA PARAÍBA. (JULHO DE 2014)

Relatório sobre a primeira semana de integração

Na primeira semana de integração entre o jornal e o portal conseguimos observar pontos fortes e fracos no processo, identificados a partir das conversas com a equipe e observação das atividades de integração.

Pontos fortes

- Disposição de maior parte da equipe em cooperar com o processo de integração; Os repórteres, editores e fotógrafos se mostram solícitos em se disponibilizarem para ajudar, sugerindo pautas, dando dicas de edição e até mesmo comentando sobre material teórico-jornalístico relativo ao tema;
- Maior parte dos colaboradores está disposta a aprender com os próprios erros sobre a integração entre jornal e portal; Todos têm o pensamento de que estamos em uma fase de transição, onde haverá erros por parte dos membros da equipe;
- Equipe comprometida com o trabalho diário; Cada membro procura cumprir com as suas responsabilidades, sem falta;

Pontos negativos

- Proposta de texto ser o mesmo para o portal e impresso não está virando realidade. O material acaba tendo que ter textos diferentes para os dois veículos. O repórter acaba fazendo duas matérias, gastando o tempo de duas delas, a dedicação de duas matérias. Não é tão simples como fazer 15 linhas e depois terminar o texto do impresso.
- Falta de planejamento para implantação da integração. Todos afirmam que foram pegos de surpresa, sem algum treinamento ou orientação;
- Alguns colaboradores apresentam resistência a maneira como a coisa está acontecendo, sem o devido planejamento e ordenação.

ANEXO 2 – MENSAGEM SOBRE PRODUTOS ONLINE DO JORNAL DA PARAÍBA

De: **Washington Lima** <washingtonlima@jornaldaparaiba.com.br>

Data: 10 de setembro de 2014 19:54

Assunto: Re: Dados

Para: Angelica Lucio <angelicalucio@jornaldaparaiba.com.br>

Angélica, boa noite,

Segue solicitação.

Site do Jornal da Paraíba

Ano de 2001

<http://jornaldaparaiba.com.br/>

A partir daí, o Jornal da Paraíba passou por várias mudanças, tanto na versão impressa quanto fora dela. Um dos marcos para o jornal foi 2001, quando ele ganhou uma nova redação em João Pessoa, passou do formato tablóide para o standard - utilizado até hoje - e ganhou um site, que disponibilizava as matérias do jornal impresso.

Jornal Digital - versão flip book

05 de setembro de 2003

Aproveitando a plataforma online, o Jornal da Paraíba lançou, em 2003, uma versão flip.

O modelo "page flip" é realmente uma solução interessante para alguns trabalhos, quando montei o primeiro "Jornal Digital da Paraíba(2003)"

<http://m.jornaldaparaiba.com.br/jpdigital/>

Primeira versão dos Classificados Online

12 de maio de 2005 - primeira versão

Versão para Mobile - iPhone, iPad, Smartphone, Tablet

5 de dezembro de 2010

Nova versão dos Classificados Online com Lojas Virtuais

11 de dezembro de 2012 - novo classificados

<http://classificados.jornaldaparaiba.com.br/>

Acervo do Jornal da Paraíba - Primeiro versão com 5 anos

5 de outubro de 2012

<http://acervo.jornaldaparaiba.com.br/>

A versão VDDV com os áudios, inclusive, o flip possui leitura eletrônica é um diferencial entre as versões que estão publicadas, até mesmo jornais mais populares da internet.

Versão para Deficientes Visuais

8 de outubro de 2008 -

<http://m.jornaldaparaiba.com.br/vddv/>