



Sociedade Brasileira de Estudos
Interdisciplinares da Comunicação

*Iniciacom – Revista Brasileira
de Iniciação Científica em
Comunicação Social*

CONVERGÊNCIA E MULTIMIDIALIDADE NO JORNAL *EL PAÍS*

JÚLIA DA ESCÓSSIA MELO VIANA ¹; LÍLIAN CRISTINA MONTEIRO FRANÇA ²

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE (UFS)

Resumo: A escolha do *El País* – jornal espanhol – deu-se pelo fato de que, apesar de ser um jornal de tradição no meio impresso, conseguiu criar um novo formato no ambiente digital e hoje pode ser considerado um dos jornais *online* mais importantes na Europa, do ponto de vista da convergência tecnológica e da multimídia. Optamos, inicialmente, por ressaltar os principais fundamentos da convergência tecnológica e da convergência midiática, para depois fazer a análise prática do jornal. Desta forma, pudemos identificar como a convergência entre arte e comunicação, presentes nos recursos audiovisuais, é um fator fundamental para a difusão da informação e para a manutenção do jornalismo nos dias atuais.

Palavras-Chave: Jornalismo *online*; convergência, arte, comunicação.

CONVERGENCE AND MULTIMEDIAITY IN THE PAPER *EL PAÍS*

Abstract: The choice of the Spanish paper *El País* occurred owing to the fact that, notwithstanding its tradition amongst printed papers, it managed to create a new format, a digital one, and can currently be considered one of the most important online papers across Europe with regard to the technological convergence and its multimediaity. Initially, we opted to underscore the most salient characteristics of the technological and multimedial convergence in order that subsequently we did a practical analysis of the paper. By doing so, we were able to identify how the convergence between art and communication, ingrained in audiovisual resources, is a fundamental aspect to the spread of information and to the maintenance of journalism nowadays.

Keywords: online journalism, convergence, art, communication.

¹ Graduada em Comunicação Social (com Habilitação em Jornalismo), na Universidade Federal de Sergipe.

² Pós-doutorado em História da Arte pelo IFCH/Unicamp. Professora do departamento de Artes e Comunicação Social da UFS, e do mestrado em Teoria do Texto da UFS. Atualmente, pesquisa na área de convergência entre Artes e Comunicação, com ênfase em Jornalismo *online*.



Introdução

Pensar no jornalismo *online* nos dias de hoje é pensar nas mudanças ocorridas no cenário tecnológico. As Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (NTICs) representam, sobretudo a partir das duas últimas décadas do século XX, uma gama imensa de modificações no âmbito comunicacional, com desdobramentos para os vários produtos midiáticos, além, é claro, de significativas implicações para os diversos segmentos societais.

Com o surgimento de novas ferramentas de comunicação, os jornais foram obrigados a se atualizar e introduzir novas formas de leitura, para atrair leitores. Leitores que não se interessam mais pelas notícias da mesma forma, em formato texto corrido. É nesse contexto que os jornais, principalmente em seu formato *online*, têm merecido inúmeras análises: passando pela velocidade de atualização, rapidez na apuração dos fatos, estilos de narrativa, acesso (ou não) ao aprofundamento dos conteúdos e possibilidade de uma escrita hipertextual e hipermodal. São essas modificações que contribuem para atrair o público leitor.

Tal perspectiva nos remete a pensar o jornalismo *online* de um modo mais amplo, incluindo a sua composição e *design* gráfico, que incorpora toda uma série de recursos e se configura na convergência entre a arte e a comunicação. Rusch (2005) se apropria do conceito de “*extensive audio-visual event*”, aqui tratado como “evento audiovisual extensivo”, retirado da *web arte*, para pensar o jornalismo *online* como um evento audiovisual:

audio-visuelles Gesamtereignis” – here very clumsily translated with “extensive audio-visual event” – is a term borrowed from web-art where it has been coined by Ursula Hentschläger and Zelko Wiener. Hentschläger and Wiener define this concept in their book about web- dramaturgy like this: “We will show, how multi-media based, interactive projects can be developed, what is already possible and how the various application areas intertwine. The background of this is formed by formal conditions, like the communication possibilities of the Web or the equality of pictures, texts, sounds and the particular information architecture. We call the pieces that emerge from this background the “extensive audio-visual event”. Behind this lies the idea of designing medial environments for the web. The central thought is that only the construction of an inner structure makes a consistent application



flow, and suspense on the web possible. Therein also lies the idea of web-dramaturgy. (RUSCH, 2005). Disponível em:
http://revista.cisc.org.br/ghrebh7/artigos/04rusch_ing.html. Acesso em 1/9/2010).

Segundo a autora, enquanto “evento audiovisual extensivo”, o jornalismo *online* desenvolve-se sobre uma estrutura hipertextual e hipermodal, capaz de conferir uma maior eficácia na transferência de informações por meio de publicações na *web* e, conseqüentemente, níveis mais significativos de interação com os conteúdos noticiosos. Trata, portanto, de ampliar as possibilidades de participação do leitor, partindo do desenvolvimento de interfaces de navegabilidade que permitem buscar e obter através da escrita tridimensional – hipertextual – e hipermodal.

Pensando nestas questões, iniciamos nossa pesquisa em 2007, analisando o *G1, Portal de notícias da Globo* – um webjornal ou jornal de “quarta geração”³ –, a fim de entendermos como na prática as mudanças nos jornais de formato *online* ocorrem. Pudemos, então, perceber que estes webjornais disponibilizam recursos multimidiáticos e multimodais e constroem seu partido jornalístico na fusão dessas linguagens, ou seja, as imagens, o som e os dados, reúnem-se para oferecer ao leitor o que há de melhor para cobertura de um fato. Desta forma, foi possível reunir dados suficientes para passarmos à segunda etapa da pesquisa ligada principalmente às questões referentes à convergência tecnológica e midiática e multimídia.

O *El País*, maior diário espanhol, com mais de 30 anos de circulação, é um jornal cuja abrangência extrapola as fronteiras da Espanha, passando a competir “ombro a ombro”, com as principais publicações do mundo. Entretanto, a sua versão *online* ganhou tanta importância que, em outubro de 2007, a versão impressa sofreu várias modificações, inspiradas por sua

³ Hoje, o jornalismo *online* pode ser dividido em quatro fases, tendo como foco a produção de conteúdo. Os jornais mais recentes são chamados de “quarta geração”, pois além de ser desenvolvido diretamente para a Internet, possui a característica de *Banco de Dados*. Resumindo de forma mais simples, o Banco de Dados é o arquivo dos *sites*. Esses arquivamento ou armazenamentos de dados, por sua vez, servem como elementos informativos e complementares às matérias.

versão *online*. O periódico ganhou mais movimento, dinamismo, espaços de respiro e permitiu uma leitura mais fluente e agradável.



Figura 1 – Novo design gráfico do *EL PAÍS*.

Fonte: <http://travessiasdigitais.blogspot.com/2007/10/chaves-para-comprender-o-novo-el-pas.html>

Para Javier Moreno, diretor do jornal,

Cambiamos por responsabilidad; por responsabilidad con nosotros mismos, en primer lugar, como periodistas; por responsabilidad con nuestros lectores y, por extensión, por responsabilidad con la sociedad a la que nos dirigimos y con la que ya contrajimos ese compromiso hace 31 años, cuando el periódico vio la luz por vez primera (Disponível em <http://travessiasdigitais.blogspot.com/2007/10/chaves-para-comprender-o-novo-el-pas.html>. Acesso em março/2010).

Vejamos, por exemplo, uma das telas do EL PAÍS:

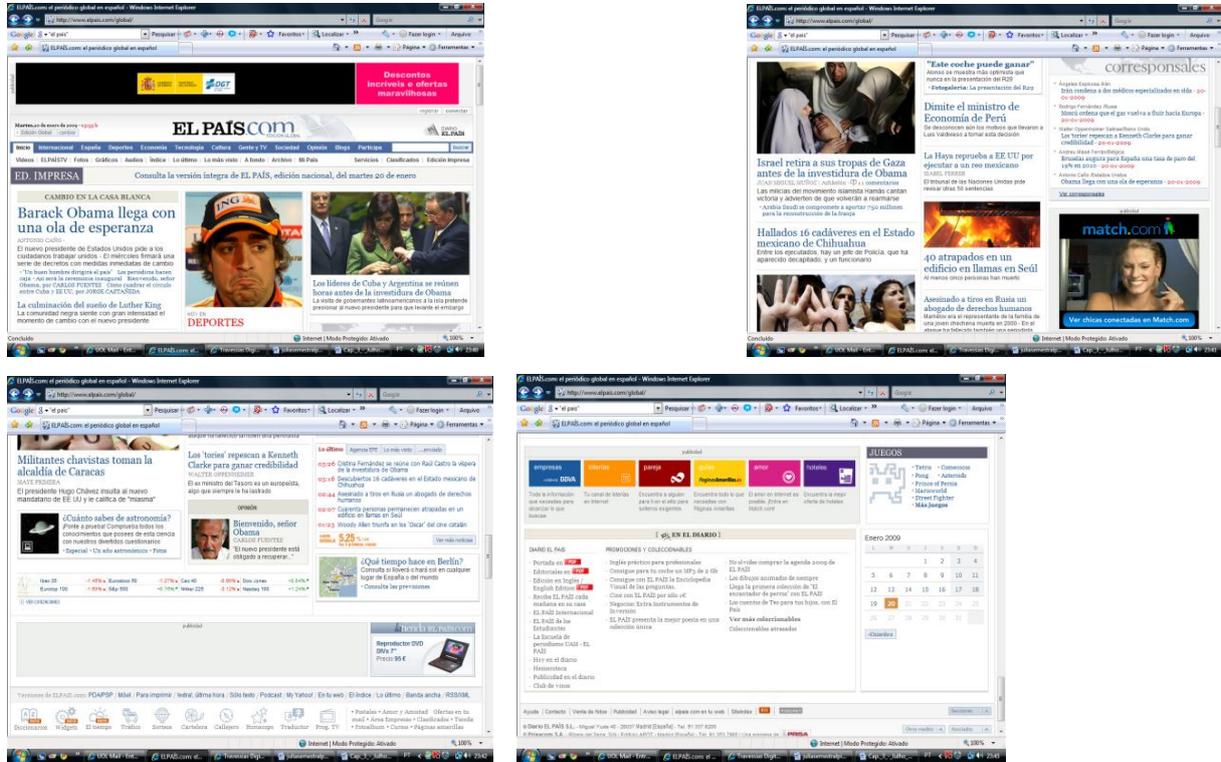


Figura 2 – telas da “primeira página” do EL PAÍS – 19 de janeiro de 2009.

Para apresentar aquilo que se poderia chamar de “primeira página” de um jornal *online* – ainda que essa expressão não seja exatamente a mais adequada – precisamos do *printer* de quatro telas, o que nos leva a perceber a quantidade de informações disponíveis diretamente a partir da barra de rolagem da primeira entrada no *site*. Nesta, podemos observar que há variados assuntos: inicia com por uma notícia mais central que trata de Fórmula 1 (F1), passa por Obama, pela guerra na Faixa de Gaza e problemas no México e na Venezuela. Há também uma seção de últimas notícias e outra de previsão do tempo no mundo, além de calendários, trânsito, tradutor, programação de TV, jogos, horóscopo, loteria, atualidade, cultura, esportes, tecnologia, economia, internacional, opinião e mais uma série de seções clássicas de um jornal, incluindo uma charge já no primeiro momento da navegação.



A ideia inicial dessa pesquisa foi exatamente de coletar essas telas de abertura do *EL PAÍS* para sabermos se a convergência entre a arte e a comunicação seria um fator fundamental para a difusão da informação e para fortalecer o jornalismo nos dias atuais.

1 - Metodologia

Para mostrarmos como tais mudanças transformam o jornalismo em geral, foi preciso estabelecer algumas metas iniciais a serem seguidas:

- Primeiramente foi necessário conhecer o padrão de leitura do jornal de leitura do *EL PAÍS*, uma vez que consideramos tal conhecimento como imprescindível a uma posterior análise detalhada do jornal;
- Em seguida, levantamos as fontes bibliográficas que nos pudessem servir de referência inicial e nos dessem suporte para compreender algumas questões ligadas ao jornalismo *online* e a convergência;
- Posteriormente, fizemos a análise prática do jornal – durante dois meses consecutivos – de acordo com as categorias centrais do jornalismo *online* levantadas, a saber: hipertextualidade, interatividade, personalização, instantaneidade, atualidade, memória e multimídia, estruturadas sobre os condicionantes da convergência tecnológica e da convergência midiática. Dentre esses pontos, o foco deu-se nas questões que envolvem a convergência e os recursos audiovisuais.

Pensamos, anteriormente, na possibilidade de analisar o conteúdo das matérias, tomadas como forma de descrição sistemática e quantificadas do veículo examinado. Entretanto, tal metodologia não permitiria o aprofundamento das diferentes características do jornal *online* e da convergência arte/comunicação, objeto de atenção da nossa pesquisa. A partir disto, foi possível concluirmos a importância dessa convergência para o jornalismo.

2 - Revisão de literatura: a convergência como fundamento do jornalismo online

É comum ler ou escutar sobre as aceleradas mudanças ocorridas no cenário tecnológico mundial dos últimos anos. Quando tratamos mais especificamente das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTICs)⁴, percebemos que existe uma mudança não só no modo como os meios de comunicação estão se relacionando entre si, mas também como esse entrelaçamento acarreta em uma série de modificações na própria cultura da sociedade contemporânea. Segundo um dos maiores estudiosos em convergência digital, Henry Jenkins, participamos da formação de uma cultura da convergência. Jenkins afirma que há convergência cultural quando o conteúdo de um meio de comunicação passa a circular por outros canais midiáticos. Conteúdos estes que são, desde o início, criados em formatos diferentes para serem distribuídos pelos vários meios de comunicação como cinema, internet, celular, TV, rádio, entre outros. Desta forma, esta convergência, nascida da interatividade digital, muda a lógica com que os meios operam ou interoperam e muda o relacionamento entre indústrias, mercados e audiências externas. A convergência, para o autor, seria “um processo e não um ponto final ou um conjunto de aparelhos eletroeletrônicos” (apud. SILVEIRA, 2008, p.38).

Suzana Barbosa (2007) lembra que, para o jornalismo, a convergência além de significar integração entre meios distintos, significa também: produção de conteúdos combinando multiplataformas para publicação e distribuição; convergência estrutural com a reorganização das redações e a introdução de novas funções para os jornalistas; uso associado de tecnologias da informação, *softwares*, sistemas inteligentes, audiência ativa, exploração do potencial interativo, hipertextual e multimídia da internet; e também a construção de narrativas jornalísticas em conformidade com tais recursos. Assim, a convergência jornalística seria uma oportunidade para renovar o jornalismo e atualizá-lo diante das demandas do público do século XXI. Segundo essa autora, o cibermeio funciona como o produto catalisador da convergência, já que é através dele que se distribuem e se fazem circular os conteúdos dos diversos meios. A-

⁴ Exemplos de NTICs: computadores, internet, World Wide Web, telefones celulares, *smart phones*, entre outros dispositivos que surgiram nos últimos anos.



crecente ainda que as Bases de Dados são centrais no processo de convergência jornalística, pois são elementos que estruturam a atividade jornalística em suas dimensões de pré-produção, produção, disponibilização/circulação, consumo e pós-produção.

Ramón Salaverría (2003) ressalta, porém, que para analisar a fundo esse processo de convergência é preciso considerar as quatro dimensões que se articulam entre si: a empresarial, a tecnológica, a profissional e a comunicativa. Com relação à primeira ele ressalta, com base em seus estudos nos últimos anos, que as empresas, graças ao surgimento da internet, estão experimentando um processo de diversificação mediática, o que possibilita não só a comunicação entre os *medias*, mas a relação entre o econômico e o editorial. Na dimensão tecnológica, por sua vez, as mudanças ocorridas acarretaram a descoberta de novos horizontes, o que muda a composição da produção e difusão da imprensa. O suporte digital possibilitou, por exemplo, o aparecimento dos periódicos eletrônicos.

Estas mudanças ocorridas nos diversos setores afetam também o modo como o profissional deve se portar, o que produz alterações na dimensão profissional. Ele deve ser mais ágil, conhecer novas técnicas de investigação para o uso das fontes digitais e dominar os códigos, tanto textuais como audiovisuais, para a elaboração de conteúdos multimidiáticos. Por fim, Salaverría ressalta que estas alterações produziram mudanças na própria linguagem dos periódicos. Na dimensão comunicativa, o autor atenta para o fato de que antes, nos *medias* tradicionais como jornal, rádio e televisão, os sentidos utilizados eram o visual e o auditivo, enquanto que agora, com os *medias* digitais e através dos novos recursos multimidiáticos, há novas formas de interação e a utilização dos outros dois sentidos, o tato e o olfato.

Para Becerra (2000), a convergência é, em parte, resultante do salto tecnológico, pois permite integrar progressivamente alguns aspectos dos circuitos produtivos das indústrias da comunicação.

La idea de la convergencia descansa en la homogeneización de los soportes, productos, lógicas de emisión y consumo de las industrias info-comunicacionales, incluidas, además de las tres mencionadas en el párrafo precedente, la prensa escrita y la edición. En los hechos, los grupos y plataformas multimedia suponen la posibilidad de imbricación de tecnologías, culturas y tradiciones de producción y procesamiento informativo, y distribución de las diferentes actividades info-comunicacionales que suscita el concepto de convergencia, a la vez que ilustran mediante transacciones vertiginosas y multimillonarias las esperanzas depositadas en nuevos horizontes que corresponde a la convergencia materializar. (BECERRA, 2000, S/P)

Como forma de exemplificar este processo de convergência nos meios de comunicação, tomamos o exemplo das *medias* utilizados na apresentação do projeto desenvolvido por Mário César Pereira de Araújo, presidente da TIM Brasil, para o Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, em setembro de 2005.

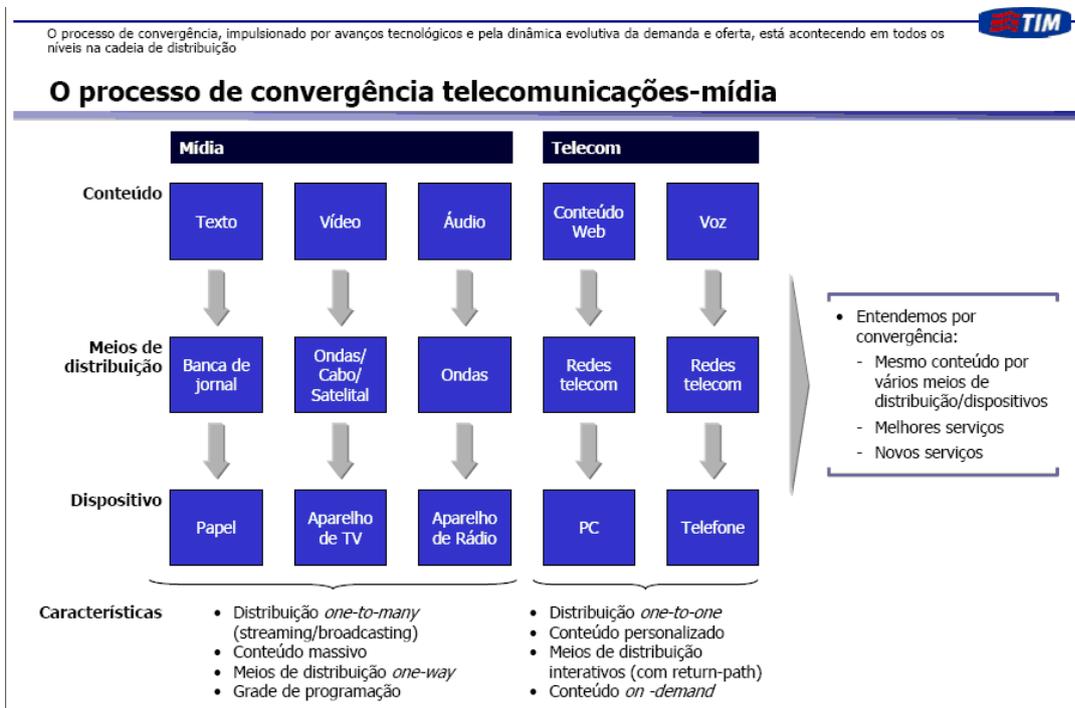


Figura 3 - Fonte: TIM Brasil.

(Disponível em: <http://www.senado.gov.br/sf/atividade/Conselho/CCS/Documentos/CCS20050912-Mario%20Cesar-TIM.pdf>. Acesso em 22/12/2008)



A partir desse exemplo, podemos perceber que tradicionalmente os conteúdos que eram diferentes e possuíam a característica de ter meios de distribuição e de dispositivos também diferenciados, independentes. Com a convergência, a lógica desse processo muda. Ela vem exatamente para quebrar essa separação e dar um caráter de homogeneidade às formas de distribuição possibilitando que, apesar de serem diferentes, os conteúdos sejam vinculados por mais de um ou por todos os dispositivos disponíveis.

Para o jornalismo, por exemplo, esse é um processo fundamental. Hoje quase todas as grandes empresas pensam, desde a etapa de produção, em criar notícias não somente para os periódicos impressos. As principais manchetes são também criadas para serem passadas pelos demais suportes: rádio, TV, computador e até celular. O jornal *online* adquire cada vez mais importância. É comum também que quase todos os grandes jornais possuam sua versão *online*. Desta forma, podemos dizer que a convergência é um processo fundamental para essa ampliação na área jornalística.

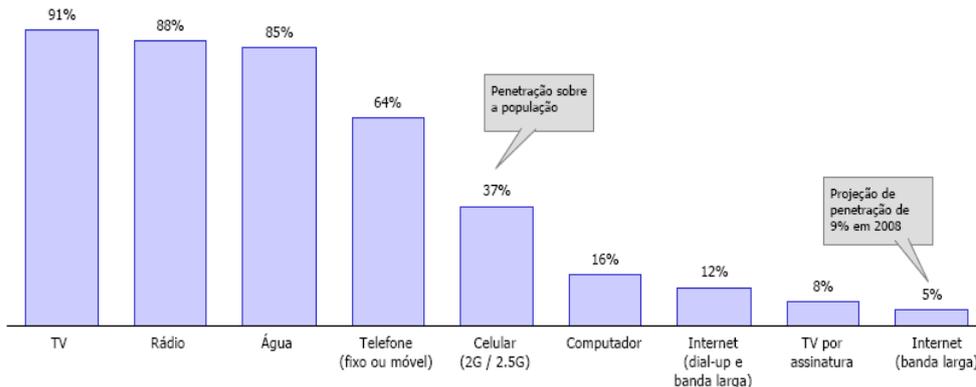
Abaixo, outro exemplo retirado do projeto da *TIM Brasil* demonstra que, apesar das possibilidades trazidas pela convergência no Brasil, o uso dos outros meios de comunicação menos convencionais, como, por exemplo, Internet Banda Larga, TV por assinatura ou celular, ainda é menor. Os meios tradicionais continuam sendo os mais presentes para a grande parte da população. Apesar disto, não podemos menosprezar a importância desse processo, pois com o passar do tempo a tendência é que esses dados sejam cada vez mais equilibrados.

O processo de convergência telecc Selecionar & Zoom ente no Brasil, pois a penetração das plataformas digitais nos domicílios é ainda muito baixa em comparação aos países onde o serviço está mais avançado



Estágio incipiente para convergência no Brasil

% de domicílios brasileiros que possuem o bem, 2004



- Os meios de comunicação tradicionais possuem elevada penetração (superior ao de serviços básicos como distribuição de água)
- Ao contrário, os novos meios de distribuição de conteúdo são incipientes e não devem atingir nos próximos anos patamares comparáveis aos dos meios de comunicação tradicionais

Fonte: Anatel, ABTA, PNAD-IBGE, Ibope

Figura 4 - Fonte: TIM Brasil.

(Disponível em: <http://www.senado.gov.br/sf/atividade/Conselho/CCS/Documentos/CCS20050912-Mario%20Cesar-TIM.pdf> Acesso em 22/12/2008)

Essa progressiva mudança poderá ser melhor observada nos próximos anos, por exemplo, com a implantação da TV digital. Esta promete trazer mudanças que modificarão a forma de recepção. A nova forma de interatividade promete substituir a “passividade” dos meios tradicionais. Até a temporalidade promete ser mudada pela nova tecnologia. O receptor passivo passaria a ter mais possibilidades de participação baseada em decisões individuais. Essa participação presente, porém, abre uma discussão sobre o conceito de interatividade nos jornais *online*. Segundo Primo (2007), esse conceito ainda é limitado:

Nossa formação de raízes na Teoria da Informação resiste e impregna a reflexão sobre a interação mediada por computador. A tão conhecida fórmula emissor ⇒ mensagem ⇒ meio ⇒ receptor acaba sendo atualizada no seguinte modelo: *webde-*

signer ⇒ site ⇒ Internet ⇒ usuário. Os termos são outros, foram “modernizados”, mas trata-se da mesma e caduca epistemologia. A diferença é que se destaca que não apenas se recebe o que o polo emissor transmite, mas também se pode buscar a informação que se quer. O novo modelo, então, seria: *webdesigner* ⇒ site ⇒ Internet ⇐ usuário. Essa seria a fórmula da chamada “interatividade”. Mesmo se podendo reconhecer o avanço dessa formulação em contraste com o tradicional modelo informacional e massivo, é preciso denunciar a deficiência da proposta. Mantém-se ainda a polarização e a supremacia de um extremo, que tem o privilégio de se manifestar, enquanto a outra ponta ainda é reduzida ao consumo, mesmo que agora possa escolher e buscar o que quer consumir (PRIMO, 2007, p.11).

Desta forma, autor chama atenção para o fato de que apesar da possibilidade de o leitor ser mais participativo – através, por exemplo, dos comentários -, ele continua ocupando o lugar de consumidor. Embora limitada, essa “interatividade” não pode ser vista como algo irrelevante, uma vez que possibilita a exploração do potencial da convergência midiática na elaboração de novos conteúdos. Claro que estas promessas de uma TV interativa trazem dúvidas e muita discussão entre os pesquisadores, principalmente porque as mudanças não serão imediatas e nem homogêneas. Apesar disso, podemos perceber que em pouco tempo o processo de convergência deve trazer muitas transformações para o cenário tecnológico. Ademais, a tendência é que ela esteja cada vez mais presente nos meios de comunicação, principalmente quando se trata de jornalismo.

A convergência arte e comunicação no jornalismo online. O “El País” como evento audiovisual extensivo.

Como vimos, com as mudanças ocorridas no cenário tecnológico, os jornais precisam cada vez mais se adaptar e incorporar outros meios de circulação e difusão de seu conteúdo para continuar atraindo leitores. Hoje, a versão *online* do *EL PAÍS* possui o dinamismo dos jornais de “quarta geração”. E, além das características mais comuns como hipertextualidade, interatividade, personalização, instantaneidade, atualidade, memória e multimídia, o grande foco do jornal é a convergência entre a arte e a comunicação, presente principalmente através dos recursos audiovisuais. Essa convergência se dá através da grande presença de fo-

tos, vídeos, gráficos, áudio e fica bem marcante na primeira página do jornal. Por este motivo, durante dois meses, optou-se por capturar telas da primeira página do jornal *online*, *EL PAÍS*, das edições de segunda-feira, onde a atualidade é mais constante e há notícias “mais quentes” – as *Hard News*. Desta forma, pudemos analisar melhor a importância da convergência para esse novo tipo de jornalismo.

Vídeos | ELPAÍSTV | Fotos | Gráficos | Audios |

Figura 5 - Link retirado da primeira página do *EL PAÍS* atualmente. Fonte: WWW.elpais.com

Com as novas mudanças, percebe-se que a convergência se dá desde a própria produção das notícias. A implantação de fortes recursos audiovisuais, de *links* interativos, jogos, calendário, horóscopos, previsões do tempo, gráficos de cotação da Bolsa são cada vez mais presentes nos jornais *online* mais modernos, tornando-se indispensáveis para chamar a atenção do leitor. Um sujeito que tem cada vez mais mudado sua dinâmica de leitura. Aquele que não está mais somente preocupado com a notícia escrita em si, mas que procura nas notícias a implantação de novos recursos tecnológicos. É uma nova forma de recepção. Assim, o que antes se caracterizava como algo secundário passa a ser priorizado.



Figura 6 - Link retirado da primeira página do *EL PAÍS* atualmente. Fonte: www.elpais.com



Quando trato aqui do termo “arte” como recursos audiovisuais considero não só a proposição da Doris Rusch exposta na introdução dessa pesquisa, mas levo em consideração que a introdução desses recursos aproxima o jornalismo *online* da produção artística. Com as novas plataformas, a montagem do jornal *online* precisa conjugar diferentes linguagens e códigos. Ao integrar essas diferentes linguagens – texto, música, fotografia, gráfico, vídeo –, o *design* gráfico precisa anteriormente trabalhar de uma forma que torne o jornal espacialmente atrativo. Apesar de saber que essa diagramação já precisava ser pensada nos jornais impressos, nos suportes digitais existe uma complexidade do processo que, por precisar ser “moldada” previamente, se assemelha – em alguns pontos – a uma produção artística.

Outra mudança no campo da recepção percebida por Rosental Calmon Alves (2006) é o fato de essas tecnologias digitais permitirem ao receptor das mensagens uma posição muito mais ativa, com mais opções para selecionar as mensagens que deseja receber. O autor ressalta que agora o receptor não se senta passivamente diante da TV ou não abre simplesmente um jornal ou uma revista para consumir as mensagens que os *gatekeepers*⁵ prepararam para ele naquela edição ou naquela hora. O receptor tem o controle, o poder de acessar uma infinidade de fontes, sem as barreiras de tempo e espaço que limitavam sua ação até o advento da *web*. Assim, abre-se o caminho para uma comunicação que o autor chama de “eu-cêntrica”, pois está baseada nas decisões individuais do receptor, diante do enorme leque de opções propostas pela internet. Acrescenta ainda que a comunicação torna-se eu-cêntrica porque se tem acesso somente ao que eu quero, na hora em que eu quero, no formato em que eu quero e onde eu quero (ALVES, 2006).

Anabela Gradim (2002) chama atenção para outra mudança: a posição dos jornalistas diante dessa plataforma. Segundo a autora, com essa nova circulação em diferentes suportes, os jornalistas precisam se moldar, pois a interatividade e a possibilidade de *feedback* por parte

⁵ São os “guardiões dos portões”. Aquele que determina o que será veiculado no portão de entrada do jornal, o que será visto pelo leitor. Para mais informações ver, entre outros, WOLF, Mauro. “Teorias da Comunicação”.



do público permite um maior apuramento da informação. Ademais, nesse novo formato o espaço de penetração de uma notícia alarga-se consideravelmente, devido à promoção cruzada nos diferentes meios convergidos. Beatriz Becker (2008) considera que as novas tecnologias de comunicação alteram a vida produtiva e o cotidiano de pessoas de diferentes nacionalidades e grupos sociais. Segundo a autora, é uma forma de estimular o consumo e gerar condições técnicas para a oferta de maior quantidade de informação. Ademais, essa nova plataforma tem como um de seus principais potenciais a emergência de novas formas de relações sociais e de socialização do conhecimento, permitindo enviar, receber e difundir informações a partir de qualquer lugar, sem um controle centralizador desses fluxos.

Gradim (2002) destaca ainda a questão da qualidade da informação. Para ela, os jornalistas que produzem peças para múltiplos suportes têm menos tempo para se dedicar à investigação e verificação dos fatos. Assim, é necessário tomar cuidado para não afrouxar os padrões de qualidade na reportagem multimídia, sob pena de perder credibilidade e, conseqüentemente, adquirir rejeição por parte do público. Becker (2008) concorda de que a ideia e a prática do livre fluxo, cada vez mais intensificadas num leque de múltiplas, porém finitas, e semelhantes possibilidades não garantem, necessariamente, conteúdos jornalísticos de maior qualidade.

Ramón Salaverría e José Alberto García Avilés (2008) reforçam a ideia de que as incorporações dos recursos audiovisuais nos jornais *online* tendem a fazer com que haja o desaparecimento da separação entre texto, áudio e vídeo.

De este modo, la convergencia digital tiende a configurar un paisaje mediático en donde los medios tradicionales, antes competidores, son ahora aliados. La progresiva transformación de la web en un entorno audiovisual, con suficiente capacidad para que los usuarios accedan a contenidos multimedia, plantea una serie de decisiones estratégicas para las empresas de comunicación. Los cibermedios están reaccionando ante esta demanda y las producciones multimedia crecen en cantidad y calidad, por lo que es probable que la división estricta entre texto, audio y vídeo tienda a desaparecer conforme la web aumente su enorme potencial multimedia. La introducción de vídeos elaborados por los propios medios y de piezas con una so-

fisticada produção multimídia exige um replanteamento de las estrategias en este ámbito. (SALAVERRÍA e AVILÉS, 2008, p.41)

Após a análise das telas do *EL PAÍS online*, podemos perceber que o jornal trabalha com essa junção. Na edição do dia 23 de fevereiro de 2009, cobertura do Oscar 2009 (FIGURA 7), por exemplo, o jornal optou por não colocar na primeira página somente a lista dos ganhadores com alguma fotografia, como se fazia antigamente. Para atrair a atenção dos leitores, houve uma seção separada para a premiação

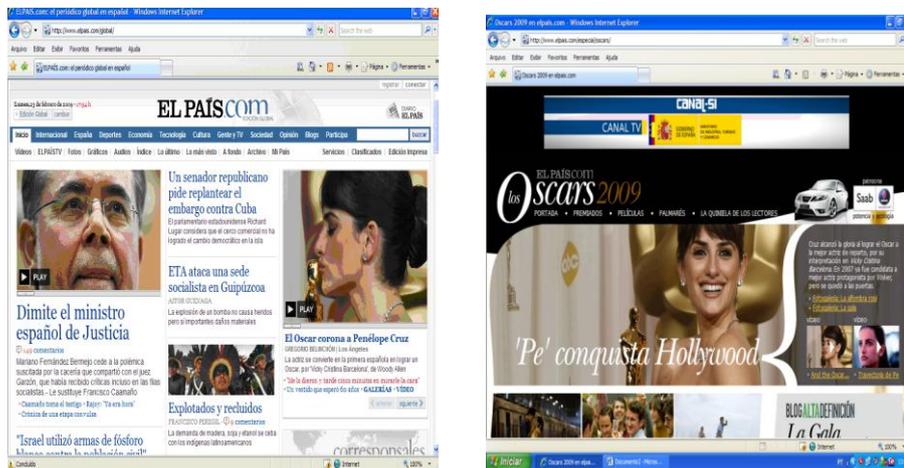


Figura 7- Link retirado da primeira página do *EL PAÍS* no dia 23/02/2009. Fonte: www.elpais.com.

É importante frisar que, neste caso, pelo fato de Penélope Cruz ser espanhola e ter recebido a premiação de melhor atriz coadjuvante, o jornal deu maior destaque à atriz. Além das fotos da premiação, era possível tanto assistir ao depoimento dela como também ver trechos do filme “*Vicky Cristina Barcelona*”, em que atuou. Assim, essa convergência – entre texto, imagem, vídeo e áudio–, torna a notícia mais completa.

Não é somente nas coberturas voltadas para a área cultural que encontramos esse entrelaçamento entre o texto escrito e os recursos audiovisuais. Todas as primeiras páginas do *EL PAÍS* têm como marca principal essa junção, independente da seção. Outro exemplo é o da edição de 16 de março de 2009 (FIGURA 8). O jornal falava da ida da equipe de arqueólogos espanhóis à tumba do alto dignatário Djehuty, servente da rainha Hatshepsut, do Egito, cerca de 3,5 mil anos atrás. Para tal o jornal optou por fazer um vídeo explicando, passo a passo, como foi a ida até o local. Também fez desenhos e gráficos do local dizendo o que foi encontrado e depoimentos de especialistas sobre o assunto. Percebemos que, em vez de um texto escrito e descritivo, o jornal optou pelo recurso audiovisual para chamar a atenção do leitor. Como texto escrito, há somente a legenda ao lado do vídeo, mas as principais informações estão inseridas no próprio vídeo.





Figura 8 - Link retirado da primeira página do *EL PAÍS* no dia 16/3/2009. Fonte: www.elpais.com

Esse tipo de observação se torna importante para mostrar como os novos jornais estão trabalhando com a questão da convergência de arte e comunicação. Além disso, o *site* também disponibiliza o sistema RSS (*Really Simple Syndication*), que permite à pessoa sem nenhum conhecimento técnico de programação estabelecer um mecanismo automático de seleção e busca de notícias das mais variadas fontes, criando uma página pessoal constantemente atualizada, de acordo com critérios preestabelecidos. Esse recurso reforça, desta forma, a ideia dos parâmetros “eu-cêntricos” proposto por Alves (2006).

Outra questão importante da transferência dos segmentos noticiosos de televisão e de rádio para a *web* é a questão temporal. Com essa mudança, passamos a ter acesso aos jornais a qualquer hora. Há o que Alves (2006) chama de desconstrução dos programas jornalísticos, pois antes estes só eram acessíveis a determinadas horas e na sequência previamente determinada pelas emissoras. Segundo o autor, a ruptura da barreira temporal na difusão audiovisual de notícias e outros conteúdos jornalísticos (e não jornalísticos) extrapolou os limites do computador, graças à proliferação do *podcasting*. Neste sistema, os provedores de conteúdo na internet disponibilizam aos assinantes arquivos digitais de áudio ou vídeo, que são capturados

pelos computadores e repassados para pequenos aparelhos reprodutores de MP3, como os *iPods*. O sistema vem sendo muito usado até pelos jornais, que antes não se preocupavam com áudio ou vídeo. Desta forma, reforça ideia da internet poder ser rádio, TV, jornal, revista, tudo ao mesmo tempo. E, embora o uso de programas, como o *Flash*, que permitem a produção de narrativas verdadeiramente multimídia, ainda seja muito limitado, o jornalismo não deve mais se restringir aos limites antes impostos pelos meios tradicionais. Alves (2006) acrescenta ainda o fato de os jornais necessitarem dessa associação, já que para ele, só sobreviverão aqueles que souberem fazer o melhor uso do vídeo e do áudio, assim como as emissoras de TV e as rádios precisaram saber apresentar e misturar suas narrativas tradicionais com outras, mais baseadas em texto e fotos.

Na primeira página do jornal, também podemos encontrar outras marcas que reforçam a convergência com a utilização dos recursos audiovisuais como, por exemplo, as seções “*La actualidad em vídeos*”, “*Caras del día*”, “*Deportes*” e o calendário, localizadas ao final da primeira página do jornal *online*.



Figura 9

Encontramos também ao final do jornal *links* ilustrativos que transferem o leitor às seções especializadas sobre cinema e música.



Figura 10

O *site* disponibiliza ainda *links* de jogos. Desta forma, há uma maior interatividade entre o leitor e o próprio jornal. Agora, ele passa a ser não só um veículo de informação, mas também de passatempo para aqueles acessam o *site*, atraindo mais os leitores.



Figura 11

Como pudemos perceber, a versão *online* do jornal *EL PAÍS* é riquíssima em recursos audiovisuais e *links* interativos para atrair o leitor. Além disso, introduz de forma ampla e



através de diferentes seções, a possibilidade de explorar os recursos ligados à convergência tecnológica e midiática.

3 - Conclusão

Após leituras sobre o estudo de convergência e meses de análise do jornal *online EL PAÍS*, pudemos constatar que os jornais mais modernos, com formato de “quarta geração”, ao se adaptarem às novas mudanças que ocorrem no cenário tecnológico, introduzem cada vez mais os recursos audiovisuais, como jogos, calendários, *RSS*, *Podcast*, gráficos, entre outros, ao texto escrito. Segundo Beatriz Becker (2008), as fronteiras formais e materiais entre os suportes e as linguagens estão sendo dissolvidas e, agora, os textos são compostos das mais diversas fontes.

É importante percebermos que estamos em uma nova fase. Fase de mobilidade, em que a passividade vai dando lugar à interatividade. E tudo isto é possível graças à convergência entre os meios. Os celulares, por exemplo, ganham cada vez mais recursos de outros meios e deixam de ser somente um aparelho telefônico. Segundo André Lemos (2004), agora eles podem ser ao mesmo tempo máquina fotográfica, televisão, cinema, receptor de informações jornalísticas, difusor de e-mails e *SMS*⁷, *WAP*⁸, atualizador de sites (*moblogs*), localizador por GPS, tocador de música (MP3 e outros formatos), carteira eletrônica, entre outros. A internet, por sua vez, também ganha mobilidade ao não precisar mais de fio (*Wifi*). A TV, aos poucos, vai se tornando digital e interativa. O mesmo acontece com os jornais. Eles vêm mudando seus formatos para serem introduzidos nos demais veículos de comunicação.

O modo como é diagramada a “primeira página” registra essa preocupação, oferecendo rotas de leituras ancoradas em uma série de recursos audiovisuais. Não se pode deixar de considerar os avanços nesse setor, que passa a utilizar, inclusive, equipamentos de telefonia



como novos suportes para notícias que surgem em velocidades cada vez mais rápidas e se apresentam quase sempre mais acessíveis.

Apesar das pesquisas voltadas para a convergência entre arte e comunicação serem ainda recentes, já podemos perceber o quanto é importante para as empresas e os novos jornais utilizarem essa convergência entre os meios a fim de difundir melhor a informação. Dessa forma, quando tratamos do papel do jornalismo para a sociedade, percebemos que encarar a convergência como introdução dos recursos de arte no campo da escrita jornalística – através dos recursos audiovisuais –, é ainda mais importante do que olhá-la somente como uma possibilidade de difusão em diferentes veículos. A convergência contribui para enriquecer o conteúdo dos jornais. Torna-se o atrativo para o leitor da atualidade que vem perdendo o interesse por jornais que, até então, priorizavam conteúdos escritos.

Assim, consideramos a convergência arte/comunicação como fator fundamental para a manutenção dos jornais nos dias atuais. Dessa forma, esperamos ter contribuído com nossa pesquisa para a ampliação do conceito de convergência. Não apenas por vê-la como importante difusora da informação mas, principalmente, pela sua capacidade de modificar as relações entre meios, indústrias e jornalistas, e de alterar tanto a linguagem dos periódicos como o modo de recepção – através dos recursos audiovisuais – nos novos jornais *online*.

Referências Bibliográficas

ALVES, Rosental Calmon. **Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução contínua.** *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10, 2006. Disponível em:
http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/viewFile/4751/4465 Acesso em: 20 de março de 2010.

ARAÚJO, Mario Cesar Pereira de. **Convergência tecnológica dos meios de comunicação.** Brasília, 2005. Disponível em:
<http://www.senado.gov.br/sf/atividade/Conselho/CCS/Documentos/CCS20050912-Mario%20Cesar-TIM.pdf> Acesso em: 29 de março de 2010.

- AVILÉS, José Alberto García e SALAVERRÍA, Ramón. **La convergência tecnológica em los medios de comunicación: retos para el periodismo**. Trípodis, número 23, Barcelona, 2008.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) – Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. (Tese de Doutorado – 2007). FACOM/UFBA. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm.
- BECERRA, Martín. **De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso**, 2000. Disponível em: <http://www.ehu.es/zer/zer8/8becerra5.html> Acesso em: 12 de fevereiro de 2010.
- BECKER, Beatriz e TEIXEIRA, Juliana. **Webjornalismo Audiovisual: perspectivas de um jornalismo de qualidade no ciberespaço**. Revista do NP de Comunicação Audiovisual da Intercom, São Paulo, v.1, n.2, p.97-113, ago/dez 2008. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/NAU/article/viewFile/5344/4916> Acesso em: 15 de março de 2010.
- GRADIM, Anabela. **Os gêneros e a convergência: o jornalista multimídia do século XXI**, 2002. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf> Acesso em: 5 de fevereiro de 2010.
- LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão**. Razón y Palabra, Número 41, 2004. Disponível em: www.razonypalabras.org.mx Acesso em: 20 de fevereiro de 2010.
- PRETTO, Nelson De Luca e SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Além das redes de Colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. Salvador: EDUFBA, 2008.
- PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre. Sulina, 2007. (Coleção: Cibercultura)
- RUSCH, Doris C. **The Online-Journalistic Article as “Extensive Audio-Visual Event”**, 2005. Disponível em: http://revista.cisc.org.br/ghrebh7/artigos/04rusch_ing.html Acesso em 19 de fevereiro de 2010.
- SALAVERRÍA, Ramón. **Convergencia de medios**. Revista Latinoamericana de Comunicación – Chasqui 81. Março de 2003. Disponível em: <http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64/> Acesso em 3 de abril de 2010.