

Convergência midiática e narrativa jornalística: um modelo de análise para a confluência de linguagens na tela¹

Emerson Campos Gonçalves²

Universidade Federal do Espírito Santo – UFES

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFET-MG

Resumo

Objeto costumaz de apreciação científica na última década, a convergência midiática ainda tem sua análise reduzida na maioria dos estudos a uma mera sinergia nas relações de trabalho e produção de conteúdo. Entre outros fatores, pode-se dizer que tal simplificação acontece por causa do caráter multifacetado do processo, passível de observação a partir de diferentes confluências, como a cultural, a mercadológica e a de linguagens, face menos explorada pelos pesquisadores e foco deste trabalho. Reconhecendo que é na narrativa que a prática da convergência se manifesta ao interagente, este artigo aproveita as contribuições de teóricos como Pierre Lévy, André Lemos, Henry Jenkins, Ramón Salaverría e Samuel Negredo para propor um modelo de análise que permita discutir qualitativamente diferentes experiências e níveis de linguagens convergentes na tela do computador.

Palavras-chave

convergência de mídias; linguagem; web 2.0; jornalismo; ciberjornalismo

Convergência nas redações: a vitória da técnica

Presente na realidade dos grandes grupos brasileiros de comunicação, o processo de convergência de mídias ainda é visto de maneira muito simplificada e superficial pelos próprios profissionais do jornalismo, sendo reduzido, em grande parte das análises³, a uma mera sinergia nas tarefas realizadas dentro das redações. Entre outras explicações, pode-se dizer que isso acontece porque o ritmo imposto pelo webjornalismo é alucinante e a equipe de produção – de maneira inversamente proporcional – muito reduzida. Não sobra tempo para discutir mudanças no processo ou entendê-lo, já que a dedicação é integral ao fazer. Dessa maneira, embora o texto jornalístico seja uma (re)construção intelectual baseada na observação e apuração criteriosa da realidade, a mecânica impera seguindo a lógica da

1. Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2. Estudante especial no Doutorado do Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e Mestre em Estudos de Linguagem pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). Professor substituto no Departamento de Comunicação Social da UFES, e-mail: emer.cg@gmail.com.

3. Um questionário aplicado aos estudantes do 6º período de jornalismo da Universidade Newton Paiva e aos repórteres da redação multimídia do jornal Estado de Minas demonstrou que 75% dos entrevistados associam a convergência midiática com a sinergia no trabalho. Tal amostragem, evidentemente, é insuficiente para generalizar qualquer inferência, mas sugere um senso comum entre profissionais formados e graduandos. Os resultados do questionário foram apresentados durante o XIV Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, realizado em março de 2012, em Uberlândia (MG).

pirâmide invertida, as exigências do mercado e fomentando, inevitavelmente, uma breve alusão ao pensamento heideggeriano, segundo o qual a técnica surge como “a resposta líquida e certa para os problemas aos quais não meditamos ou sequer formulamos mais” (POSSAMAI, 2010)⁴.

Em traços gerais, a percepção é de que os processos se atropelam e a ausência – ou insipiência – de discussões dentro das redações sobre a linguagem que emerge na convergência de mídias – transformação que é, em sua essência, complexa e multifacetada – pode levar não somente ao colapso/fracasso do modelo aplicado em determinados grupos de jornalismo, como, principalmente, ao surgimento de uma visão mecanicista, na qual a técnica (ou avanço tecnológico) seria a resposta para um processo que tem como principal produto a construção de uma nova narrativa.

É preciso entender que, mais do que possibilitar a reorganização do espaço físico das editorias de um jornal ou a integração das forças de trabalho, a produção convergente de uma reportagem com trechos em diferentes formatos (áudio, vídeo, texto e foto) que são veiculados em um único ambiente – a internet – transforma a construção do discurso jornalístico com a união de linguagens tradicionalmente distintas, fecundando o surgimento de uma narrativa convergente, que herda características dos meios de origem – televisão, rádio, jornal impresso – e adquire marcas próprias da web, como textos não lineares e conteúdos customizáveis e interativos, passíveis de edição pelo público (aqui interagente⁵) ou, pelo menos, de uma nova experiência de leitura.

Simplificação na academia: um tema, muitas faces

Observando o processo de convergência a partir dos principais estudos realizados sobre o tema, pode-se inferir outra justificativa bastante pertinente – talvez a principal encontrada – para que a simplificação em sua análise ainda impere nas redações: trata-se da inexistência de um conceito único entre os próprios estudiosos (CORRÊA; CORRÊA, 2007; SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008; JENKINS, 2009; BARBOSA, 2009; RODRIGUES, 2009; MASSIP, *et al*, 2010; ZILLER, 2011) para definir convergência de

4. Tal constatação instiga esta pesquisa, mas fica a ressalva de que a filosofia do alemão Martin Heidegger (1889 – 1976) não será debatida com profundidade neste trabalho. Para propor um novo modelo de análise, é impreterível que o foco do debate epistemológico seja mantido nas discussões sobre a convergência de mídias e a confluência de linguagens.

5. Alex Primo (2003) propõe o termo *interagente* para substituir a comum definição de usuário (ou receptor) que é dada aos consumidores da informação na Web 2.0. Para ele, é inadequado tratar esse público como quem apenas usa determinado conteúdo, uma vez que a era pós-massiva permite a interação e, até mesmo, intervenção do público na produção jornalística.

mídias. Mais do que propriamente por um debate conceitual, essa divergência acontece por causa do já citado caráter multifacetado do processo.

Embora olhem por ângulos opostos para o tema, os pesquisadores Henry Jenkins e Ramón Salaverría concordam que, antes de ser qualquer coisa, convergência de mídias “não é uma coisa só”. Jenkins (2009, p.29) lembra que “convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando”. Embora considere geral a definição apresentada pelo colega americano, Salaverría faz coro ao lembrar as diversas faces pelas quais o processo se apresenta:

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separados (tradução livre minha, SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.45)⁶

Das convergências sugeridas por Salaverría em seu estudo com Samuel Negredo, aquela que surge com grande interesse neste trabalho é a de linguagens, uma das menos exploradas pelos teóricos que estudam o tema. O próprio Jenkins, depois de constatar uma característica multifacetada na convergência de mídias, opta por estudá-la, predominantemente, como um processo cultural. Já Salaverría escolhe observá-la pela grande angular do jornalismo e busca esgotar a análise de todas as etapas do processo que avista no horizonte através de sucessivos estudos de caso, tentando a aproximação com um conceito único. Porém, a maioria das abordagens do pesquisador dedica grande atenção aos processos produtivos e até mercadológicos, restando menor espaço à linguagem.

É certo que Jenkins e Salaverría, ainda que em correntes opostas, trazem grande contribuição ao tirar o tema da simples observação sinérgica – face que mais seduz as empresas e os jornalistas. No entanto, além de ter em mente que convergência “*no es solamente integración de redacciones* (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.16), é preciso, também, sair da *news room* para observá-la. É preciso vestir-se como consumidor da informação. Afinal, como reconhece o próprio Salaverría, para o público, pouco importa ou aparece da integração física, econômica e da sinergia dos processos de apuração e produção

6. *La convergencia periodística es un proceso multidimensional, que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afeta el ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una intergración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados* (SALAVERRÍA e NEGREDO, 2008, p.45).

em uma reportagem. Aos interagentes, as mudanças mais perceptíveis estão no produto final, que surge com uma linguagem transformada. Tal produto – o portal de notícias e seus conteúdos – é a ponta do processo que atraiu os olhares desta pesquisa e motivou uma série de trabalhos (CAMPOS, 2013), conduzidos à luz dos estudos de linguagens, no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens (Posling) do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG).

Suporte teórico para um modelo de análise

Conforme detalhado no tópico anterior, a face da convergência midiática mais preterida das análises científicas é a justamente a última ponta do processo – a da linguagem –, etapa que mais “se faz notável” aos interagentes. Vale destacar que a importância do estudo de linguagens proposto neste trabalho não se deve somente à menor atenção dada pela academia ao tópico, mas, principalmente, pelo reconhecimento – seguindo a filosofia da linguagem do russo Michael Bakhtin (1895 a 1975) – de que é no discurso que as diferentes vozes se manifestam, o que, no caso da convergência de mídias, tem papel ainda mais significativo, visto que é no ambiente da tela que o processo ganha vida e concretude, uma vez que a interação do usuário é condição indispensável para a realização da convergência. Em outras palavras (e adaptando o conceito de polifonia de Bakhtin), é na linguagem que as vozes dos diferentes veículos envolvidos no processo se manifestam e conversam francamente com os interagentes. Tomando tal lógica como pressuposto teórico e considerando os produtos noticiosos que surgem na web como base para a análise da “convergência na tela”, este estudo encontra seu ponto de partida na discussão sobre a construção da narrativa na internet a partir da hipertextualidade e da interatividade, condições consideradas necessárias para sua realização e entendimento.

Debates sobre hipertexto na era pós-massiva

Citado à exaustão em todos os trabalhos sobre hipertextualidade, como destaca Ana Elisa Ribeiro (2006) em *Leituras sobre hipertexto: trilhas para o pesquisador*, o filósofo tunisiano Pierry Lévy traz, em 1993, uma das mais famosas definições sobre o tema. Para o teórico, “tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões” (LÉVY, 1993, p.33). Os nós citados por Lévy podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos e sequências sonoras, sendo que estes itens não são ligados linearmente, mas sim em estrela, de modo reticular. Em uma visão mais desatenta, a definição ainda embrionária – mas ainda amplamente aceita – de Lévy já bastaria para definir algo bastante semelhante ao material

convergente. No entanto, é preciso entender que a mera união de sons, imagens e textos por *hiperlinks* criaria uma reportagem apenas hipertextual, e não convergente. Convergência pressupõe ir além e unir linguagens. Pressupõe, ainda, unir, em algum grau, as diferentes instâncias no processo comunicativo, o que ocorre com a presença da Web 2.0⁷.

É o próprio Lévy, ainda em 1996, que ajuda na tarefa de aplicar seu conceito aos dias atuais, lembrando que “diversos sistemas de registro e de transmissão (tradição oral, escrita, registro audiovisual, redes digitais) constroem ritmos, velocidades ou qualidades de história diferentes” (LÉVY, 1996, p. 22). A partir destas diferenças apontadas pelo filósofo, é possível inferir que a aplicação do conceito de “nós” do hipertexto vai depender, também, da origem e da trajetória de cada linguagem utilizada no texto convergente. Em outras palavras, mais do que um conjunto de nós ligados por conexões, na era da convergência, o hipertexto configura o desenho de uma nova narrativa, ao ligar em uma só linguagem na tela outras diferentes linguagens, cada qual carregando em si as marcas e características peculiares da mídia onde se originou.

Em *O Futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária* (tradução atualizada e comentada da obra *Cyberdémocracie: Essai de Philosophie Politique*, publicada por Pierre Lévy em 2002), André Lemos (2010) – que assina o livro com o próprio Lévy – lembra que o hipertexto ganha novo contexto dentro das discussões sobre as novas mídias interativas pós-massivas, uma vez que, mais do que informativas, essas funcionam como verdadeiras ferramentas de conversação. Seria a “*mass self communication*” (ou “era da intercomunicação”) proposta pelo sociólogo Manuel Castells (2006). Lemos aponta três grandes linhas de transformação que podem dar novo caráter às mídias e ao hipertexto:

A perspectiva global das mídias e sua dependência crescente em relação às redes sociais locais de alcance global. A convergência entre os suportes midiáticos e de forma mais geral entre todas as instituições que têm vocação para difundir mensagens e reconfigurar a cultura contemporânea. A responsabilização crescente da função midiática pelo conjunto de atores sociais: a emergência das mídias de função pós-massiva pelo princípio da conexão generalizada, aliando potência informativa e mobilidade. (LE MOS; LÉVY, 2010, p.72).

Entre as transformações citadas, destacam-se a *convergência*, a *dependência das redes sociais* e a *potencialidade trazida pela função pós-massiva das mídias*. Tudo isso, como dito anteriormente, dá um sentido muito mais amplo ao hipertexto do que aquele

7. Trocadilho com o tipo de notação em informática que indica a versão de um software, o termo Web 2.0 designa a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo (PRIMO, 2007).

elaborado inicialmente por Lévy. Na verdade, ele não deixa de ser um conjunto complexo de nós formados por palavras, textos, gráficos e vídeos, só que ele passa a ser isso e algo mais.

A partir destas reflexões de Lévy e Lemos, parece pertinente lançar uma nova definição de hipertexto, que reúna a teoria “embrionária” do filósofo e suas atualizações presentes na obra de 2010. Portanto, neste trabalho (e para aplicações futuras do modelo nele proposto), hipertexto é entendido como *o conjunto complexo de conexões comunicacionais que é formado pela união de diferentes linguagens na tela do computador, sendo que este conjunto pode ser, ao mesmo tempo, a linguagem convergente que surge na web e, também, o espaço do ato comunicacional, uma vez que a era pós-massiva possibilita a participação do interagente no mesmo ambiente em que a mensagem é construída.*

Vale ressaltar que tal conceito não abrange a totalidade do hipertexto, uma vez que parece pertinente e inquestionável o posicionamento de Roger Chartier⁸ sobre sua origem. No entanto, para a realização deste estudo e a elaboração do modelo, o recorte e a atualização da definição foram facilitadores indispensáveis para cumprir os objetivos.

Liberação da palavra na Web 2.0

Entre os tópicos indispensáveis para entender o discurso jornalístico na era convergente estão os debates sobre as potencialidades da Web 2.0, responsável por transformar a produção da narrativa jornalística com a inserção dos interagentes na notícia. Lemos e Lévy destacam a perspectiva de “liberação da palavra” possibilitada pela Web 2.0 – na obra também denominada de “computação social” ou “era pós-massiva”.

A transformação da esfera midiática pela liberação da palavra se dá com o surgimento de funções comunicativas pós-massivas que permitem a qualquer pessoa, e não apenas empresas de comunicação, consumir, produzir e distribuir informação sob qualquer formato em tempo real e para qualquer lugar do mundo sem ter de movimentar grandes volumes financeiros ou ter de pedir concessão a quem quer que seja. Isso retira das mídias de massa o monopólio na formação da opinião pública e da circulação de informação. (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 25).

Vale ressaltar que Lemos destaca (assim como já havia feito Lévy em 2002) a consciência de que boa parte da teoria publicada ainda parece aos demais ou, de fato, é utópica. Para sustentar a argumentação, no entanto, Lemos se apoia nas discussões do

8. O historiador Roger Chartier defende que o hipertexto é anterior ao computador e já estava presente em livros e enciclopédias através dos sumários, por exemplo.

sociólogo Manuel Castells (2006), mostrando as mudanças provocadas pela Web 2.0 nas tradicionais mídias de massa com o surgimento da era pós-massiva. Ainda na ideia da libertação pela palavra, ele destaca o fim dos filtros – “*gatekeepers*” – para o consumo e a distribuição de conteúdos, opiniões e mensagens, sendo essa a lógica que reflete de maneira decisiva no discurso convergente (foco deste trabalho).

Em síntese, podemos dizer que a Web 2.0 faz com que passemos a experimentar um novo fluxo comunicacional, onde todos atuam de maneira colaborativa sobre a linguagem que converge na tela, sem *gatekeepers*, conferindo nova dinâmica ao processo. Essa nova dinâmica não é mais vertical, de um para todos, mas sim em rede (fazendo justiça à Marshall McLuhan⁹), tendendo mais para uma horizontalidade no gráfico de hierarquia e poder sobre a linguagem. Essa ideia já é suficiente para entender porque os modelos tradicionais para observação do discurso jornalístico não são suficientes para observar a linguagem convergente.

Discussões sobre Convergência de Mídias

O caminho usual para se chegar próximo de um conceito mais preciso de convergência de mídias tem sido seguir a teoria de Henry Jenkins e tratar o processo pelo ponto de vista cultural, sendo esse apenas parte de uma transformação ainda maior: a globalização. No entanto, o teórico norte-americano encontra nas investigações do espanhol Ramón Salaverría um pertinente contraponto, uma vez que o pesquisador tenta aproximar as definições do termo para a realidade do jornalismo, deixando em segundo plano as transformações culturais.

Autores como Henry Jenkins, por exemplo, têm observado que, na realidade, a convergência jornalística nada mais é do que uma manifestação particular de outro grande processo sociocultural de convergência em escala mundial que tem se chamado de “globalização”. No entanto, parece que chegar a uma definição tão geral seria pouco útil e produtivo. O jornalismo necessita uma aproximação mais combinada e precisa aos meios de comunicação (tradução livre minha, SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 45)¹⁰.

9. Marshall McLuhan (1911 -1980) previu algo semelhante em *A Galáxia de Gutenberg*, de 1962, com sua tese sobre a Aldeia Global. O pesquisador canadense descreveu uma sociedade em que todos pudessem se comunicar com todos sem a necessidade de intermediários. É justo e necessário fazer referência a McLuhan.

10. *Autores como Henry Jenkins, por ejemplo, han señalado que, en realidad, la convergencia periodística no es sino una manifestación particular de outro gran proceso sociocultural de convergencia a escala planetaria que se há dado en llamar “globalización”. Sin embargo, parece que llegar a una definición tan general sería poço útil y operativo. La profesión periodística necesita una aproximación más concerta y ceñida a los medios de comunicación* (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 45).

Desta forma pareceu pertinente a este estudo – com a devida consideração e aceitação das importantes postulações de Henry Jenkins sobre o paradigma da convergência¹¹ e narrativa transmidiática¹² – tomar como base os estudos de Ramón Salaverría, a fim de buscar conceitos mais sólidos e bem recortados para o modelo que sustenta a análise qualitativa proposta. Buscando auxiliar na busca por essas definições, Salaverría e Negredo lembram que, primeiramente, é preciso entender que a convergência de mídias é um processo e, como tal, é gradual e paulatino. “Não existe nenhum só exemplo no mundo de grupo jornalístico que tenha passado, sem um projeto de continuidade, da absoluta descoordenação entre seus meios à plena integração” (tradução livre minha, SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.46)¹³.

Para ilustrar a reorganização necessária de modelos para a realização da convergência de mídias, Salaverría e Negredo comparam o processo com a regência de uma orquestra, que precisa coordenar diferentes conjuntos de instrumentos (corda, metal, percussão) para conseguir um som harmônico. No caso do processo jornalístico, seriam quatro os conjuntos principais a serem “regidos”: tecnológico, empresarial, profissional e editorial. O último conjunto citado por Salaverría e Negredo – o de maior interesse para esta pesquisa – se refere aos conteúdos. Os pesquisadores espanhóis lembram que, em uma definição mais básica, pode-se considerar como convergência a difusão do mesmo conteúdo em diferentes meios ou a reunião de diferentes conteúdos em um único meio. No entanto, eles fazem coro com um dos pressupostos que justificam este trabalho e lembram que tal fenômeno configura apenas a produção multimidiática. Ao conteúdo convergente, eles propõem uma explicação “mais avançada”:

Corresponde à criação de uma linguagem jornalística derivada da combinação de textos, sons e imagens fixas e em movimento. Esta nova linguagem, explorada, sobretudo, pelos veículos de internet, seria algo como um ponto em que se amarram as heranças genéticas do jornalismo escrito por um lado e do jornalismo audiovisual por outro (tradução livre minha, SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.50)¹⁴.

11. Se a revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de forma cada vez mais complexa (JENKINS, 2009, p. 32).

12. O conceito de narrativa transmídia ou transmidiática é explicado por Jenkins (2009) como a “arte da criação em um universo”. Discutido em inúmeros estudos sobre convergência, o conceito será utilizado neste trabalho de acordo com a definição apresentada pelo pesquisador norte-americano.

13. *No existe ni un solo ejemplo en el mundo de grupo periodístico que haya pasado, sin solución de continuidad, de la absoluta descoordinación entre sus medios a la plena integración* (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.46).

14. *Corresponde a la creación de un lenguaje periodístico derivado de la combinación de textos, sonidos e imágenes fijas y en movimiento. Este nuevo lenguaje, explorado sobre todo por medios en Internet, sería algo así como un crisol en el que se amalgaman las herencias genéticas del periodismo escrito por un lado y del periodismo audiovisual por otro* (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.50).

A partir dessa definição, Salaverría e Negredo lançam três conceitos fundamentais para o modelo proposto neste trabalho:

Escalabilidade

O conceito de escalabilidade se refere à propriedade de um sistema ou rede de crescer de maneira fluida ou de conseguir oferecer mais serviços (conteúdos) sem perder a qualidade. De certa forma, a expressão se assemelha ao conceito de adaptabilidade, incorporando a noção de tamanho. Seria algo como a propriedade das empresas jornalísticas de conseguir se adaptar ao constante crescimento da audiência e à constante multiplicação das possibilidades multimidiáticas e interativas.

No que diz respeito ao conteúdo, a necessidade de seguir a escalabilidade pode trazer resultados negativos para a qualidade editorial, uma vez que a multiplicação de tarefas com o constante crescimento da web acaba por sufocar os profissionais entre funções que surgem diariamente, ficando fatores essenciais ao bom jornalismo, como o texto correto e completo, por exemplo, prejudicados e pobres.

Shovelware

Shovelware foi o nome criado nas redações on-line americanas para definir o material preparado para um meio tradicional (TV, rádio, impresso) e publicado do “mesmo jeito” na internet, com pouco ou nenhum retrabalho. Segundo Salaverría e Negredo, tal fenômeno nada mais é do que “derrubar informação de forma indiscriminada”, colocando as empresas contra seu próprio prestígio ao mecanizar um processo e passar aos interagentes a clara sensação de que estão recebendo o conteúdo de uma máquina. Com isso, o que se vê são fotografias importantes mutiladas pelo enquadre automático, reportagens cortadas por causa de uma quebra de página, parágrafos repetidos, dezenas de caracteres estranhos e códigos indevidos (se assemelhando a erros ortográficos), entre outros equívocos.

Na maioria das vezes, os próprios interagentes atuam corrigindo a informação publicamente (no espaço dos comentários, por exemplo) ou de forma particular, através de e-mail ou mensagem ao portal, mas isso não reduz o impacto que uma rotina de *shovelware* traz para a imagem do veículo. Afinal, em outras palavras, *shovelware* é publicar à revelia, sem seleção nem adaptação para o suporte. Seria como usar uma pá (*shovel*) para pegar a pilha de informações do impresso e da TV, por exemplo, e descarregá-las, sem trato ou

cuidado algum, na web. Tal processo se amplia com o surgimento de novas tecnologias *mobile*, uma vez que o *shovelware* começa a se repetir com os conteúdos produzidos para *desktops* que são replicados sem tratamento ou adequação em *smartphones* e *tablets*.

A equação parece clara, de uma lógica esmagadora: quanto mais conteúdos, mais visitas, especialmente através de buscadores. Mas oferecer quantidade a qualquer preço nunca deveria ser o objetivo de uma empresa de jornalismo (tradução livre minha, SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 58)¹⁵.

Repurposing

Repurposing em certo grau se assemelha com o *shovelware*, já que, de fato, também define a transposição de uma matéria de jornal ou de TV, por exemplo, para o meio on-line. No entanto, o *repurposing* supõe que seja feita uma otimização do conteúdo transposto com o uso de todas as possibilidades comunicativas da nova plataforma. O termo também pode ser substituído pela expressão “alteração de propósito”, que melhor traduz o sentido lançado por Salaverría e Negredo (2008). No caso dos portais de notícia, a alteração de propósito pressupõe, ao adaptar uma reportagem do impresso, por exemplo, que esta seja editada com parágrafos mais curtos, palavras ou ideias destacadas em links, imagens cortadas com critérios humanos, uma galeria de imagens com o material que não coube no papel, entre outros artifícios que possam enriquecer o conteúdo.

A excelência da alteração de propósito, no entanto, está condicionada ao planejamento da notícia em conjunto desde sua concepção (a pauta), adequando-se os trechos da reportagem aos benefícios oferecidos por cada suporte. No caso da web, o desafio é imaginar como passá-la da forma mais completa possível ao interagente, pois é este que exerce protagonismo dentro do contexto convergente.

Modelo para análise dos níveis da linguagem convergente

Como dito na introdução deste artigo, as pesquisas com foco na confluência de linguagens dentro do processo de convergência midiática são escassas, não existindo modelos bem definidos e elaborados para avaliar tal face (muito por causa da diversidade de abordagens possíveis dentro do tema, como já explicado). No entanto, a partir da revisão dos debates sobre convergência de mídias, hipertextualidade, interatividade (Web 2.0) e linguagem convergente, é possível propor um modelo para a organização hierárquica dos

15. La ecuación parece clara, de una lógica aplastante: cuantos más contenidos, más visitas, especialmente a través de buscadores. Pero ofrecer cantidad a cualquier precio nunca debería ser el objetivo de una empresa periodística. (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 58)

elementos/processos que possibilitam e formam o conteúdo convergente na narrativa jornalística, sendo eles:

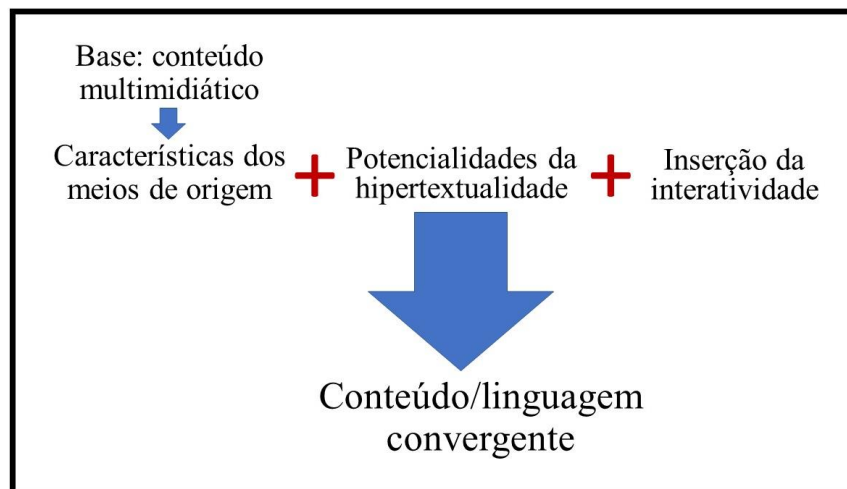


Figura 01 – Hierarquia dos elementos que formam o conteúdo ou a linguagem convergente.

A partir de tal esquematização, pode-se observar que a narrativa presente na convergência de mídias experimentada no jornalismo é resultado do cruzamento das características dos veículos de origem de cada um dos conteúdos multimidiáticos compartilhados na web com a hipertextualidade e a interatividade, sendo esse o tripé que sustenta a linguagem presente na rede. Para entender o funcionamento e as relações estabelecidas em tal linguagem, no entanto, dividiu-se a análise em dois momentos: o descritivo/interpretativo e o compreensivo/comparativo. No primeiro, estão ausentes os juízos de valor, enquanto no segundo são feitas as considerações e julgamentos frente às observações realizadas.

Para o primeiro momento (de decupar e organizar) foi desenvolvido o Quadro 01 (página 12), que permite sistematizar o material observado, verificando as marcas das mídias de origem presentes nas reportagens convergentes em portais noticiosos e a atuação da hipertextualidade e interatividade na narrativa. Após a sistematização dos dados, com análise inicial do conteúdo coletado, o segundo momento é de verificar e estabelecer o grau de convergência atingido pela linguagem na notícia, a fim de, finalmente, compreender a formatação das narrativas jornalísticas que convergem na tela. Para isso, à luz das teorias de Jenkins e, principalmente, de Salaverría e Negredo, dividimos a convergência de mídias em quatro diferentes níveis possíveis, formando um ciclo ininterrupto de circulação das informações ao atingir o grau máximo, como demonstra o modelo apresentado na Figura 02 (página 12).

Reportagem:	
Link:	
Origem	Reportagem foi elaborada pelo impresso, pela televisão ou pelo rádio? É notícia de agência? Ou foi elaborada pelo próprio portal? Para verificar a origem é preciso consultar, também, os veículos tradicionais. Embora, em alguns casos, a origem pareça óbvia, uma boa pista para começar os trabalhos é pesquisar pelo autor.
Campo I (chapéu, título e bigode)	Se originada em outro veículo, a notícia sofreu mudanças em seu título? Qual tipo de mudanças? Existe alguma referência ao conteúdo multimidiático?
Campo II (corpo da narrativa)	Estrutura do lead. Sofreu alguma mudança? Dá sinais de que a notícia segue a pirâmide invertida? Foi substituído por conteúdo multimidiático? Possui elementos hipertextuais?
	Elementos multimidiáticos. São utilizados? Quais deles? São originados em outro veículo?
	Elementos hipertextuais. São aplicados no corpo da reportagem? 'Conversam' com outros veículos ou com conteúdos multimídia? O texto é linear ou tem marcas de não-linearidade?
	Marcas textuais e repurposing. Se originada em outro veículo, a reportagem conserva características da linguagem? Ocorreram modificações? Existem orações ou expressões características de outras mídias?
	Repetição. Elementos multimidiáticos se repetem? Atuam completando um ao outro? 'Conversam' com o texto?
	Interatividade. É condicionada alguma forma de interferência do leitor ao longo da reportagem? Espaço fica restrito aos comentários?
	Shovelware. Apresenta caracteres estranhos ou anomalias que indiquem a prática?
	Transmídia. Se originada de outra mídia, houve alguma forma de referência entre as reportagens? Ocorreu apenas a transposição do conteúdo? Foi agregado algum novo elemento?
Campo III (comentários e redes sociais)	Quais possibilidades são oferecidas? É possível interagir, de fato, com a reportagem e com o texto? É possível atuar como coautor e exercer plenamente o papel de interagente?

Quadro 01 – Modelo para análise de marcas da convergência nas notícias publicadas em portais.

80

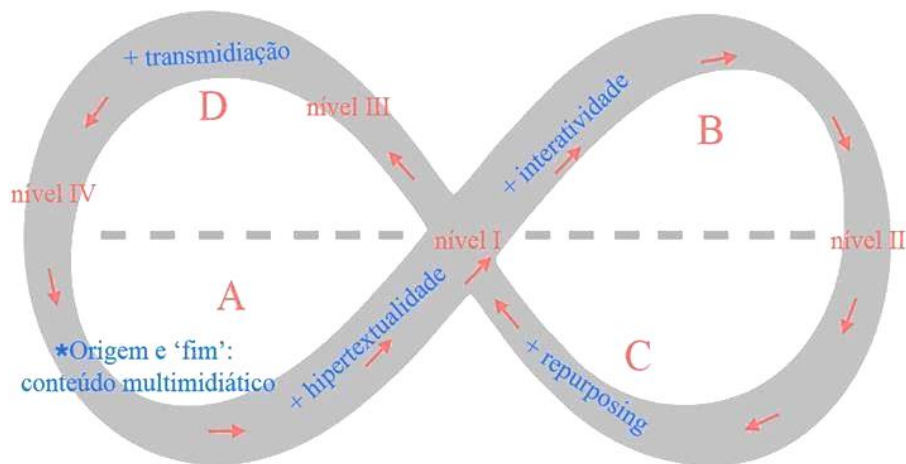


Figura 02 – Modelo com a linguagem convergente dividida em quatro níveis.

Os níveis presentes no modelo são explicados em quatro passos:

Nível I – É o nível básico de convergência atingido por praticamente todo material multimidiático que é publicado na web, uma vez que a simples inserção desse conteúdo associada às características hipertextuais leva ao primeiro passo do processo (passo A) e produz uma narrativa com novas potencialidades.

Nível II – Ocorre quando as potencialidades da Web 2.0 são associadas ao conteúdo multimidiático e hipertextual, elevando o mesmo a um novo contexto (passo B), onde o interagente exerce, em algum grau, seu papel de coautor do conteúdo.

Nível III – É a etapa em que deve imperar a alteração de propósito (*repurposing*). Só é possível quando as características dos níveis anteriores são associadas de forma inteligente pelos produtores (passo C), respeitando as peculiaridades do meio, no caso, a web. Acredita-se que neste nível é possível verificar as pressupostas transformações ocorridas no discurso midiático.

Nível IV – É o retorno à mídia de origem (passo D), ou, em outras palavras, a complementaridade (que não deve ser confundida com dependência) entre o conteúdo transposto (produzido) para a web com o oferecido nos meios de origem. Esse nível ocorre quando o portal guia o interesse do interagente para a procura dos veículos de origem e os mesmos devolvem a atenção à web, retroalimentando o processo com uma convergência constante de linguagens através de conteúdos multimidiáticos, hipertextuais e interativos.

Primeiros testes e conclusões

O modelo proposto neste trabalho foi pilotado inicialmente em um estudo realizado com o portal de notícias do jornal O Tempo <www.otempo.com.br>, onde se pretendia analisar a convergência midiática presente em uma série de reportagens sobre a prisão e julgamento do goleiro Bruno Fernandes. O *corpus*, no entanto, se mostrou insuficiente/limitado para avaliação do modelo e a pesquisa ineficaz. Novo teste foi realizado durante pesquisa de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens no CEFET-MG, onde foram avaliadas 55 reportagens de quatro portais abrangidos dentro do Portal Uai <www.uai.com.br> (CAMPOS, 2013). Com um *corpus* mais diversificado, o modelo pôde ser avaliado, mostrando-se eficiente para a realização de

uma análise qualitativa dos diferentes níveis da linguagem convergente através de um estudo de caso.

Considerando a natureza dos processos comunicacionais da internet enquanto fenômenos em constante transformação, pode-se afirmar (depois do estudo com o Portal Uai) que o método proposto é eficaz, pois, ainda que ciente da impossibilidade de generalização dos resultados obtidos, é preciso fazer coro à Corrêa e Corrêa (2007), uma vez que a observação dos processos de convergência na web por meio de uma sucessão de estudos de caso (e, a partir deles, a aproximação entre teoria e prática), parece, de fato, a alternativa mais viável para teorizar sobre a realidade que nos é contemporânea. Assim, pretende-se aplicar o modelo proposto neste trabalho em novos estudos no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), desta vez tomando a rede social como *corpus* e não apenas os portais. Apesar dessa perspectiva, é preciso estar ciente das limitações inerentes à pesquisa (sobretudo em testes limitados aos estudos de caso). Assim, espera-se que o modelo apresentado neste trabalho seja útil para a realização de outros estudos de caso e análises comparativas na área, contribuindo para uma teorização futura da confluência de linguagens que nos é contemporânea.

Referências bibliográficas

BARBOSA, S. **Convergência jornalística em curso**: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, C. (org.) *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Sulina, 2009. p. 35-55.

CAMPOS, E. **O (não) ensino da convergência de mídias como fomento à pesquisa**. 14º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo. Uberlândia: 2012. Disponível em <<http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewabstract.php?id=831&cf=24>>. Acesso em 31 de junho de 2015.

CAMPOS, E. **Convergência de mídias**: uma análise da união de linguagens em notícias do Portal Uai. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Estudos de Linguagem do CEFET-MG. Belo Horizonte, 2013.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 11. ed. São Paulo: Hucitec, 2004.

CASTELLS, M. **A era da intercomunicação**. *Le Monde Diplomatique*, 2006. Disponível em <<http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=1915>>. Acesso em 31 de junho de 2015.

CORRÊA, E. S.; CORRÊA, L. H. **Convergência de mídias**: primeiras contribuições para um modelo para um modelo epistemológico e definição de metodologias de pesquisa. 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Aracaju: 2007. Disponível em <<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/resumod.php?id=482>>. Acesso em 31 de junho de 2015.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMONS, A.; LÉVY, P. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LÉVY, P. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

MASIP, A. *et al.* **Investigación internacional sobre ciberperiodismo**: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. El profesional de la información, p. 568-576, 2010.

POSSAMAI, F. V. **A técnica e a questão da técnica em Heidegger**. Intuitio PUC-RS, p. 20-32, 2010.

PRIMO, Alex. **Quão interativo é o hipertexto?** Da interface potencial à escrita coletiva. Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. E- Compós (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

RIBEIRO, A. E. **Leituras sobre hipertexto**: trilhas para o pesquisador. XI Simpósio Nacional de Letras e Linguística. Uberlândia: 2008. Disponível em <<http://www.ufpe.br/nehte/artigos/Leituras%20sobre%20hipertexto.pdf>>. Acesso em 31 de junho de 2015.

RODRIGUES, C. **Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line**. In: RODRIGUES, C. (org.) *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Sulina, 2009. p. 13-34.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado**: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol 90, 2008.

ZILLER, J. **Integração, complementaridade e justaposição**: o aproveitamento da convergência multimídia em portais e blogs. 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro: 2011. Disponível em <<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/resumod.php?id=1195>>. Acesso em 31 de junho de 2015.