

A presença das dimensões convergentes no webjornalismo regional do Imirante.com¹

Alan Milhomem da Silva²

Liana Vidigal Rocha³

Universidade Federal do Tocantins, Palmas, TO

RESUMO

Com a revolução digital, a criação da web e as diversas mudanças provocadas na comunicação, surgem veículos exclusivos nesse novo espaço. Os portais de notícias começaram de forma tímida e apenas reproduzindo conteúdo dos veículos tradicionais. Com as inovações surgidas ao longo dos anos, os veículos on-line veem-se diante do desafio da combinação, reorganização, conexão e reunião (multi)midiática na era da convergência que, para Salaverría (2003), apresenta quatro dimensões: a tecnológica, a empresarial, a profissional e a comunicativa. O objetivo deste artigo é identificar e analisar esse processo no cenário atual e as dimensões convergentes no webjornalismo. Para tanto, foi escolhido o Imirante.com, principal portal de notícias do Maranhão, com destaque no cenário regional, que pertence ao maior grupo de comunicação do estado.

Palavras-chave: Convergência; Mídia Regional; Maranhão; Imirante.com

Introdução

As transformações decorrentes das revoluções industriais e tecnológicas, que modificaram as relações sociais e culturais foram, principalmente, devido ao aparecimento das novas tecnologias de informação e comunicação. As práticas jornalísticas também foram afetadas, e surge mais um espaço de trabalho: a web. Essa nova era é denominada pelos estudiosos, como Jenkins (2009) e Salaverría (2003), de era da convergência. Esta, por sua vez, é entendida como um processo amplo, múltiplo e heterogêneo, que é composto por dimensões: tecnológica, empresarial, profissional e comunicativa.

A web redesenhou velhos hábitos, diminuiu distâncias, promoveu mais interatividade, trouxe novos atores e novas práticas ao Jornalismo. Nesse contexto também há uma valorização das mídias regionais, que são redescobertas por parte do público. Além da questão de proximidade, os veículos regionais procuram preservar mais as identidades, mesmos

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação e Sociedade na Universidade Federal do Tocantins (UFT). Bolsista da Capes. Integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). E-mail: milhomemalan@gmail.com

³ Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, jornalista diplomada, professora-adjunta do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT – Palmas). Líder do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia, do CNPq. E-mail: lividigal@uol.com.br.

atentos às transformações ocorridas. Um exemplo desse processo é o Grupo Mirante no Maranhão, que atua em todo o estado com diversos veículos comunicacionais.

O Grupo Mirante, antigo Sistema Mirante de Comunicação, iniciou as atividades no Maranhão com o jornal O Estado do Maranhão, que começou a circular no dia 08 de março de 1953 com o nome de Jornal do Dia. Só em 1973 o jornal, já sob o comando da Família Sarney, passa a se chamar O Estado do Maranhão. Com o passar dos anos, mais precisamente a partir de 1981, “a família Sarney deixa de investir apenas no segmento de mídia impressa e surge seu primeiro empreendimento na radiodifusão, e junto ele o termo Mirante”, (BEZERRA, 2008 *apud* GOMES E CONCEIÇÃO, 2001, p. 179). A partir daí veio a criação da rádio FM, da TV e da rádio AM. Veículos que não se restringiram apenas a capital São Luís, mas foram espalhados pelo interior do estado.

Desde então, o grupo, afiliado das Organizações Globo, vem atuando fortemente no Maranhão, sendo hoje a maior empresa de comunicação do Estado. E a atuação não ficou só nos veículos tradicionais. Com a evolução das novas tecnologias, vários projetos de webjornalismo começam a surgir no cenário brasileiro e o Maranhão adota essa prática. No ano 2000, segundo Ferrari (2004), as Organizações Globo lançaram um portal para reunir todo o conteúdo produzido pela empresa. Eis que surge então o Portal Globo.com, em março daquele ano.

Nesse processo, as afiliadas da Globo também foram incentivadas a criarem seus sites locais. Barbosa (2003) afirma que foi no ano 2000 que começou a expansão dos portais regionais no Brasil. “O momento de expansão e consolidação desse formato no país ocorre em 2000, quando diversos portais com estas características são lançados: ClicRBS, Pernambuco.com e iBAHIA, entre outros” (BARBOSA, 2003, sp).

Então, ainda no ano 2000, o Sistema Mirante de Comunicação, hoje Grupo Mirante, criou o Portal Imirante.com, hospedado no provedor do Globo.com e voltado para a realidade regional. O Imirante foi o primeiro projeto de convergência de mídias do estado ao apresentar a reunião dos conteúdos do jornal impresso diário, O Estado do Maranhão, da TV Mirante e das rádios Mirante AM e Mirante FM.

Diante disso, o Portal Imirante.com é o objeto de análise deste trabalho, que discute a evolução e as dimensões convergentes presentes neste webjornal, considerado o maior portal de notícias do Maranhão e com destaque regional, a partir do conceito de convergência elaborado pelos pesquisadores Ramon Salaverría (2003) e Henry Jenkins (2009).

Dimensões de convergência e mídia regional

O conceito de convergência ganhou novos contornos com o avanço tecnológico associado às novas mídias e às modificações na economia global. Os meios tradicionais que até então promoviam limitados processos de integração concentrados na mera fusão entre as empresas, veem-se diante do desafio da combinação, reorganização, conexão e reunião (multi)midiática. Entretanto, Ramon Salaverría (2003, p. 32) diz que o conceito de convergência, na maioria dos casos, é associado somente à questão da tecnologia, sendo desprezados, inclusive, aspectos importantes, como o empresarial, o profissional e o comunicativo.

[...] Para analisar a fundo o processo de convergência e estabelecer medidas estratégicas oportunas para abordá-lo, deve-se levar em conta várias dimensões que se articulam entre si. Essas dimensões podem ser resumidas em quatro: a dimensão empresarial, a tecnológica, a profissional e a comunicativa (SALAVERRÍA, 2003, p. 32 - **tradução nossa**).

Nesse sentido, o pesquisador explica que a convergência na dimensão empresarial pode ser entendida como o “processo de diversificação midiática” composta pelas dinâmicas de multiplicação de veículos dentro de um mesmo grupo de comunicação, articulando principalmente questões econômicas e editoriais. Já a dimensão tecnológica corresponde à revolução digital que promoveu uma “profunda reconfiguração nas tarefas jornalísticas”, proporcionando novas possibilidades para o Jornalismo, sobretudo, no que diz respeito às narrativas (SALAVERRÍA, 2003, p. 32-33).

A convergência nessas dimensões acabou interferindo diretamente no trabalho do jornalista, resultando no aparecimento de um profissional mais completo. Em um primeiro momento, bastava ao jornalista ter uma boa formação sociocultural. Agora é necessário ter ainda o conhecimento das novas técnicas de investigação a partir da utilização das fontes digitais, além de dominar as linguagens dos diferentes meios para a produção de conteúdos multimídia (SALAVERRÍA, 2003, p. 33). Por fim, a dimensão comunicativa refere-se à capacidade da internet de integrar em um mesmo espaço os distintos “códigos comunicativos”, gerando novas possibilidades e novos produtos, como o hipertexto e a reportagem multimídia.

No livro *Cultura da Convergência*, Henry Jenkins (2009, p. 377) explica que o termo pode ser definido como “um processo contínuo ou uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa”. Jenkins elenca ainda o que considera

tipos de convergência: i) alternativa: referente ao fluxo não autorizado e informal de conteúdos de mídia arquivados, comentados e apreendidos pelos consumidores que, em seguida, os colocam novamente em circulação; ii) corporativa: é o fluxo comercialmente voltado para os conteúdos de mídia; iii) cultural: sugere a mudança na lógica pela qual a cultura é operada com destaque para o fluxo de material transmitido pelos canais de mídia; iv) tecnológica: refere-se à composição de funções pertencentes a um mesmo aparelho tecnológico.

Contudo, em outro momento, o autor afirma que a convergência está ligada às transformações industriais, tecnológicas, culturais e sociais e que vão depender especialmente da forma como as mídias (e conteúdos) circulam.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas multimídia, 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. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de que está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

Em relação às modificações culturais, Jenkins explica que “a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Já a transformação social pode ser associada às interações sociais que os indivíduos estabelecem “a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana” (2009, p. 29-30).

Assim pode-se inferir que, apesar de ser recorrentemente ligada à tecnologia, a convergência pode ser entendida como um processo amplo, múltiplo e heterogêneo composto por particularidades que vão interferir no cotidiano do consumidor comum e singularmente nas atividades dos profissionais de Jornalismo. Deste modo Rost e Bergero (2012, p. 10) alertam para o fato de a convergência ocorrer em um cenário cultural complexo marcado por uma intensa produção de conteúdos, pela participação do usuário, pelo hibridismo entre informação e entretenimento, pelo consumo multiplataforma e pela valorização das mídias regionais.

Sobre esse último ponto, López García (2000) afirma que as mudanças ocorridas na última metade do século XX estabeleceram uma “tendência global-local” influenciada,

sobretudo, pela tecnologia e a economia. Um dos resultados é justamente a redescoberta da mídia regional por parte do público e conseqüentemente uma “revalorização” desses veículos.

No momento, local e global são dois lados da mesma moeda, que simbolizam o hipersetor da comunicação. E, enquanto avança a globalização ou se multiplicam as redes que facilitam a intercomunicação em tempo real, o valor social da informação de proximidade também aumenta (López García; 2000 - **tradução nossa**).

Para o autor, a questão da identidade deve ser respeitada e preservada visto que trata-se de um valor social inerente àquele determinado público. É como se fosse uma marca própria; um fator diferenciado; um conjunto de elementos que vão contribuir para manter os interesses e relações futuras. “Obviamente, a troca de informações cria vínculos entre os que nela se envolvem, pelo que a troca de informação contribui para a integração e reintegração constante dos membros da comunidade” (SOUSA, 2003, p. 05). Essa “singularidade cultural” contribui para a não-homogeneização dos veículos e conseqüentemente de seus conteúdos.

Sousa ressalta a importância da existência da mídia regional para a manutenção das informações jornalísticas, destacando os desafios ligados a esse segmento. Entre os principais estão a fartura de dados versus a baixa qualidade da mão de obra e dos recursos disponibilizados pelas empresas, a questão da competição dos veículos nacionais com os locais ao criarem edições e/ou filiais regionais e a acuidade em manter-se independente frente às pressões político-econômica-sociais da região. Tal independência garantiria o pluralismo, dificultando a já citada homogeneização dos meios e das políticas editoriais.

No que tange à oportunidade, a mídia regional destaca-se pela capacidade de aproximar-se mais rapidamente de fatos e personagens muitas vezes ignorados pela imprensa nacional. Em função de conhecer melhor o ambiente, os veículos regionais devem ter como propósito maior a preservação das identidades, mas sempre atentos às evoluções e transformações dos processos de comunicação como, no caso, o da convergência.

Com a intenção de entender como o processo de convergência pode se apresentar na mídia regional, para esta pesquisa foi selecionado o Portal Imirante.com, veículo webjornalístico localizado no Estado do Maranhão, cujas informações são melhor detalhadas no próximo item. Em seguida, são especificadas as dimensões convergentes utilizadas por esse meio de comunicação.

Sobre o Portal Imirante.com

Como o foco deste trabalho são as dimensões convergentes no Portal Imirante.com, faz-se necessário detalhar melhor sua estrutura e sua forma de atuação. De acordo com Castro e Machado (2009), o portal foi implementado pela equipe do Portal iBahia, afiliado das Organizações Globo no estado da Bahia. O portal, que na verdade começou como site, passou o primeiro ano sob o comando da empresa responsável pela implementação. No ano seguinte a criação foi que o Sistema Mirante passou a comandar o projeto. Ainda segundo os autores, a produção no portal começou tímida e sem muita repercussão, mas já sob o padrão Globo de jornalismo e entretenimento.

Desde o começo a Globo tinha um ranking que mostrava a posição de cada portal. E quando a gente começou, ocupávamos o último lugar. Hoje, nós somos o oitavo em *visitors setting*, o terceiro em *pageviews* e o nono em visitantes únicos. À frente da gente, só estão os portais que são provedores (BARBOSA, 2009 *apud* CASTRO e MACHADO, 2009)⁴.

Ainda segundo Castro e Machado (2009), os trabalhos do Portal Imirante.com foram iniciados de forma bem empírica, com duas pessoas atualizando o site e nem os funcionários do próprio Sistema Mirante reconheciam o trabalho feito no início do portal. “Eu é que tinha a obrigação de atualizar o site. Ninguém lia. Internamente, ninguém via. [...] Era um site que estava lá e a gente ia fazendo, do jeito que era possível” (SOARES, 2009, *apud* CASTRO e MACHADO, 2009)⁵.

O jornalista Zeca Soares relata também que o portal foi evoluindo com o tempo e ganhou a “fórmula do sucesso”, utilizando as estratégias convergentes. “A gente foi colocando muita coisa que a gente imaginava. Áudio. Vídeo. E aí a gente chegou a esse modelo de sucesso” (SOARES, 2009, *apud* CASTRO e MACHADO, 2009)⁶. Ainda sobre a evolução do portal, a atual gerente de desenvolvimento, Adriana Marão, conta que tudo foi acontecendo naturalmente no Imirante.com.

As coisas foram acontecendo naturalmente e quando menos esperamos, o Imirante já estava no ar. Era um site de conteúdo, e depois passou a ser um site onde agregava outros sites, e começou a ter a participação dos internautas, passando a ser um portal. Desafios temos diariamente: layout

⁴ Entrevista feita por Castro e Machado (2009) com Rômulo Barbosa, em abril de 2009. Ele é jornalista e advogado e, na época, era diretor de jornalismo do Portal Imirante.com.

⁵ Entrevista feita por Castro e Machado (2009) com o então coordenador do Portal Imirante.com, José Raimundo da Silva Soares, mais conhecido como Zeca Soares. Entrevista feita em 2009.

⁶ *Ibidem*

mais moderno, segurança, estrutura... Todo dia temos novidades nessa área e temos que ficar de olho para não deixar o Imirante fora dessas inovações⁷.

Nascido em um sistema de comunicação que já atuava no jornalismo impresso, TV e rádio, o Portal Imirante.com acabou sendo beneficiado e já iniciou apresentando um conteúdo multimidiático, com produtos da TV, do rádio e do jornal. Essa característica diferencia o Imirante dos demais portais que foram surgindo no Maranhão. Segundo Gomes e Conceição (2011), o Jornal Pequeno e O Imparcial, ambos jornais da capital São Luís, lançaram portais de notícias, mas baseados apenas na experiências do jornalismo impresso e limitando esses portais à primeira fase do webjornalismo, de acordo com a classificação de Mielniczuk (2001). Segundo a autora, nessa fase os jornais on-line apenas reproduziam os conteúdos veiculados no jornal impresso.

Assim, o Imirante já nasce tentando explorar as possibilidades oferecidas pelo ciberespaço, fazendo conteúdos específicos para a web, explorando as possibilidades de interação com os internautas com enquetes e chats, além das notícias de última hora e a disponibilidade de uma rádio on-line, ou seja, os links para os internautas ouvirem a Mirante FM ou a Mirante AM. Essas são características da segunda fase do webjornalismo na classificação de Mielniczuk (2001). A autora denomina de metáfora essa fase, que é quando os webjornais apresentam linguagem própria do jornalismo impresso, porém começa a se explorar mais das ferramentas e possibilidades do ciberespaço. Essas características ficam claras na primeira capa do Portal Imirante.com (Figura 01).



Figura 01: Primeira capa do Portal Imirante em 29 de outubro de 2001

Fonte: <<http://web.archive.org/web/20011027092748/imirante.globo.com/index.asp>> Acesso em: 14 jun. 2016

⁷ Informações obtidas em: < <http://imirante.com/maranhao/noticias/2015/09/01/imirante-com-15-anos-de-evolucao-e-credibilidade.shtml>>.

Logo o portal começou a evoluir e explorar as possibilidades do ciberespaço. As matérias passam a ser narradas em hipertextos, com links, áudios, fotos e vídeos. Gomes e Conceição (2011) ressaltam que esse conteúdo muitas vezes eram apenas copiados dos outros veículos, como um áudio da rádio, um vídeo da TV ou mesmo os conteúdos do jornal O Estado do Maranhão. Ainda segundo os autores, as formas de interação são mais exploradas e enquetes são feitas para definir temas que eram abordados em entrevistas na TV Mirante. Tudo isso são características da terceira fase do webjornalismo, segundo Mielniczuk (2004). Outro diferencial dessa fase, de acordo com a autora, é a utilização dos bancos de dados, que vão resultar na memória. Mielniczuk destaca que os arquivos até então eram usados apenas de forma interna nas empresas, mas agora passam a ser um produto disponível para o público, que agora tem a opção de busca no site e pode acessar matérias antigas.

São ferramentas agregadas que acabam por maximizar o potencial que cada uma poderia ter separadamente, em seus veículos primeiros, seja o jornal impresso, o rádio ou a televisão. É possível apontar no Imirante, portanto, a produção da notícia com textos próprios do ciberespaço (linguagem mais facilitada, parágrafos mais curtos e bem divididos), mesmo que isso não seja regra (GOMES e CONCEIÇÃO, 2011, p. 184).

O crescimento do Portal Imirante.com acompanha a evolução do webjornalismo no Brasil. Além de características das três primeiras fases, com o desenvolvimento do portal é possível notar propriedades das quarta e quinta fases do webjornalismo, segundo a classificação feita por Barbosa (2013). Se a quarta fase é marcada pelo uso da base de dados e as plataformas colaborativas, o Imirante cria, em 2008, o canal colaborativo VC no Imirante, que trouxe como slogan “O internauta faz a notícia”. O espaço permanece até hoje no portal.

Na fase atual do webjornalismo, marcada pela convergência, pela mobilidade e pelo hiperlocalismo, o jornalismo se volta para os dispositivos móveis e para as redes sociais, que vão, segundo Barbosa (2013), renovar o processo de produção, do formato, da linguagem, da edição, da circulação, da recirculação, da recepção e do consumo de conteúdos na internet. E nesse cenário atual, diferentes serviços oferecidos pelo Portal Imirante.com ampliam as possibilidades de acesso aos conteúdos, como a página no *Facebbok*, os perfis no *Twitter*, *Instagram* e *Snapchat* e o contato via o aplicativo *WhatsApp*.

Ao longo desses 16 anos, o Portal Imirante.com tornou-se referência no webjornalismo maranhense e no cenário regional. Tem produção própria e reúne conteúdos dos veículos tradicionais, como as rádios e o jornal impresso. O Portal Imirante.com tem, hoje, seis sites com conteúdos específicos: i) Na Mira; ii) Imirante Esporte; iii) Mirante AM; iv) Mirante FM; v) VC no Imirante e vi) O Estado (Figura 02).



Figura 02: Capa atual do Portal Imirante.com.
Fonte: < <http://imirante.com/> >. Acesso em: 13 jul.2016.

A redação do site é integrada com a redação da versão on-line do jornal O Estado do Maranhão e é responsável pela atualização da capa do Imirante e dos sites Na Mira e Imirante Esporte. Os demais sites têm equipes próprias. O portal divulga notícias nacionais e internacionais, mas o foco são as matérias regionais e locais.

Publicamos informações de factuais, que chegam à nossa redação por meio das redes sociais, *WhatsApp*, *VC no Imirante*, telefone, e-mail e por meio da rádio Mirante AM. Ao receber as informações, os repórteres têm a missão de apurar, com as fontes oficiais, se aquela informação é ou não verdadeira. Além dessas notícias urgentes, fazemos a repercussão do fato, por meio da apuração mais detalhada. A equipe de jornalismo também vai para as ruas todos os dias apurar os fatos *in loco*. Por isso, sempre estamos divulgando notícias sobre infraestrutura, saúde, educação, entre outros assuntos de interesse das comunidades⁸.

Além das notícias factuais, o Portal Imirante.com começou a trabalhar, ainda em 2014, com matérias especiais sobre os mais diversos assuntos. A equipe se reúne e escolhe o tema a ser abordado em formato diferenciado. Além disso, há publicações em texto e foto, mas o portal começou a investir na produção de vídeos. Inicialmente as entrevistas eram simples e feitas com especialistas. Com o tempo a prática foi ampliada e, em outubro de 2013, foi lançado o quadro *Emprego e Profissão*, um programa que apresenta orientações sobre o mercado de trabalho e profissões no Maranhão. Desde então, o quadro é publicado todas as segundas-feiras e é apresentado pela atual coordenadora de conteúdo Cíntia Araújo.

Em 2014, o portal lançou o primeiro programa feito exclusivamente para a web no Maranhão. O *Bate-papo Imirante* foi lançado em fevereiro e apresentou várias entrevistas com

⁸ Informações obtidas em: < <http://imirante.com/maranhao/noticias/2015/09/01/imirante-com-15-anos-de-evolucao-e-credibilidade.shtml> >.

especialistas, discutindo temas relevantes para a população. O programa tinha uma reportagem ou um pequeno vídeo que introduzia o assunto. Em seguida esse tema era discutido por três especialistas no estúdio e tinha a jornalista Cíntia Araújo como apresentadora. O programa não teve vida longa e acabou no mesmo ano.

Já em janeiro de 2015, foi lançado o #Causar, programa que em cada episódio uma internauta era escolhida para ganhar “uma transformação” com roupa e sapatos novos, além de tratamento de cabelo, maquiagem e um book fotográfico digital. O programa foi extinto ainda em 2015. Outro programa em vídeo lançado pelo Imirante.com, em 2015, foi o Tá Bom, Xêrosa! O humorístico foi o primeiro da internet maranhense e era feito pela turma do Pão Com Ovo, um grupo de teatro local. O quadro foi extinto no mesmo ano.

Na tentativa de fazer uma cobertura abrangendo todos os municípios maranhenses, o Portal Imirante.com expandiu a redação em 2013. Até então concentrado na capital, o portal abriu uma sucursal na segunda maior cidade do Estado: Imperatriz. A página do Imirante Imperatriz nasceu com o objetivo de cobrir toda a região Sul do Estado, embora isso ainda não tenha acontecido. As notícias são na maioria referentes a Imperatriz e aos municípios próximos, como Açailândia, Porto Franco e Estreito (Figura 03).



Figura 03: Municípios de cobertura do Imirante Imperatriz.
Fonte: Arte feita pelo autor com imagens da Wikipédia.

Diante das mudanças no ciberespaço, as empresas jornalísticas perceberam a necessidade de se trabalhar na web com conteúdos multimídia e o Portal Imirante acompanhou esse processo, no qual os sentidos de informação agora são completados com vídeos, sons e muitas imagens. Além disso, há mudanças na empresa e na rotina dos jornalistas. São essas dimensões convergentes adotadas pelo Portal Imirante.com que são descritas e analisadas no próximo tópico deste trabalho.

Convergência no webjornalismo regional

Tomando por base o conceito de convergência e suas dimensões descritos por Salaverría (2003), é possível notar no Portal Imirante.com as características apresentadas pelo autor nas quatro dimensões que formam o processo de convergência: a tecnológica, a empresarial, a profissional e a comunicativa.

O Grupo Mirante, desde 1981, quando passou a usar o nome Mirante, começou a apresentar características que, mais tarde, vinham a ser classificadas como dimensão empresarial da convergência, segundo Salaverría. Essa dimensão é colocada pelo autor como a diversificação das dinâmicas devido à multiplicação de veículos dentro de um mesmo grupo de comunicação. No início da década de 1980, o Grupo Mirante deixa de atuar apenas no jornalismo impresso e começa o empreendimento na radiodifusão, primeiro com a rádio FM, seguida da televisão e depois a rádio AM. Esse leque de atuação se amplia a partir dos anos 2000 com a criação dos dois portais de notícias na internet.

Essa dinâmica de atuação com vários veículos tem reflexos econômicos, políticos e editoriais. Controlado por uma família de políticos, os veículos servem também aos interesses da família, que tratou logo de expandir os negócios e espalhar emissoras de TVs e rádios por várias regiões do Maranhão, se consolidando até os dias atuais como a maior empresa de comunicação do estado. Mesmo atuando em várias áreas, o Grupo Mirante tem uma linha editorial a seguir, principalmente, na questão política e em relação à família Sarney. O jornal impresso e as rádios têm atuação forte na área política. Já os portais e a TV, até por questões contratuais com as Organizações Globo, seguem uma atuação mais tímida nesse segmento.

Ainda na dimensão empresarial da convergência, o Grupo Mirante seguiu a tendência de integração das equipes de jornalismo impresso e on-line e criou, em outubro de 2015, o Núcleo Digital. O novo setor é responsável pela produção de conteúdo para o Portal Imirante.com e para versão digital do jornal O Estado do Maranhão. Segundo a empresa, o formato integrado permite agilidade e atualização constante na distribuição da informação⁹. O núcleo é coordenado pela jornalista e radialista, Cíntia Araújo, e a gerência de conteúdo tem no comando Maria Fernanda Sarney Santos.

O Núcleo Digital será responsável pelo portal Imirante.com, pelos sites: Na mira; Imirante Esporte; e pelo jornal O Estado do Maranhão on-line. Os redatores produzirão as notícias e decidirão onde essa notícia se encaixa melhor. Com a equipe integrada, aperfeiçoaremos o trabalho e ganharemos

⁹ Informação obtida em: <<http://imirante.com/sao-luis/noticias/2015/10/29/inovacao-grupo-mirante-cria-nucleo-digital.shtml>>.

tempo. [...] Nós teremos toda uma redação do jornal impresso trabalhando junto às plataformas digitais. [...]. A gente vai ganhar em número de notícias e em quantidade de pessoas na redação, trabalhando em várias frentes da notícia. Nós vamos ganhar também em qualidade (SANTOS, 2015)¹⁰.

Com relação à dimensão tecnológica que, de acordo com Salaverría (2003), trata das mudanças no fazer jornalístico por causa da revolução digital, possibilitando novas formas de narrar os fatos ao jornalismo. No Portal Imirante.com as novidades nesse aspecto são relacionadas a publicações de vídeos e galerias de fotos nas matérias, além de áudios em parceria com a rádio Mirante AM. A publicação de programas em vídeos feitos exclusivamente para internet é uma das marcas do portal¹¹. Há também a cobertura de eventos com textos, fotos, vídeos e transmissão ao vivo. Ou seja, há outras maneiras empregadas na produção de notícias para a internet que foram possibilitadas pela revolução digital e são aplicadas pelo Imirante.com.

Além de texto, vídeo, áudio e fotos, o portal também trabalha, ainda de forma tímida, com a utilização de infográficos nas matérias. O recurso ajuda a narrar os fatos jornalísticos e amplia a exploração dos assuntos abordados. Com relação aos infográficos interativos, que é a versão mais atual desse recurso, é uma prática quase inexistente no portal. Apenas um infográfico interativo foi produzido pelo Imirante. O infográfico apresenta a história e características do Bumba Meu Boi¹², manifestação cultural que é marca do Maranhão. Na produção, o internauta pode conhecer e ouvir os tipos de toadas do Bumba Boi e saber em que região do estado cada tipo predomina, além de assistir uma fotorreportagem que conta a origem da manifestação cultural e entrevistas em vídeo com representantes dos grupos culturais. Tudo isso apresentado de forma interativa em que o internauta escolhe o que quer ver por vez. Há também pequenos textos que complementam o infográfico.

Junto com as novas possibilidades de narrativas jornalísticas, a convergência interferiu diretamente no trabalho do jornalista, que agora tem de lidar com técnicas de produção, apuração, edição e publicação em diversos meios. A produção que antes era feita apenas para um veículo, agora deve ser pensada em para o jornal, o site, a TV e até o rádio. Tudo ao mesmo tempo. Essa característica é marcante no Portal Imirante.com. Os jornalistas não produzem para outros veículos, mas precisam dominar as técnicas de TV, rádio e texto para produzirem conteúdos para o portal.

¹⁰ Informação obtida em: <<http://imirante.com/sao-luis/noticias/2015/10/29/inovacao-grupo-mirante-cria-nucleo-digital.shtml>>.

¹¹ <http://imirante.com/videos/>

¹² <http://imirante.com/bumba-meu-boi/>

Os vídeos que são publicados no site são, na maioria das vezes, produzidos, editados e apresentados pelo mesmo jornalista, que conta com apoio apenas para a gravação. No infográfico interativo citado anteriormente, todo o trabalho de produção, reportagem, layout, design, texto, fotografia e edição de vídeos ficou a cargo de apenas um jornalista e um estagiário. A websérie produzida sobre o tema violência também ficou sob a responsabilidade de apenas um jornalista e um estagiário, que tiveram de elaborar o roteiro, visitar o local onde ficam os dependentes químicos, produzir as imagens, fazer as entrevistas, editar o material coletado, produzir vinheta de abertura e finalizar o conteúdo. Ou seja, se antes o jornalista só fotografava ou escrevia, agora ele precisa fazer vídeo, editar áudio, ter conhecimentos em linguagens de programação, além de escrever e fotografar. O portal também tem um espaço na rádio Mirante FM, um quadro em que são apresentadas as notícias em destaque no Imirante. O quadro é apresentado pelos jornalistas do portal, que colocam em prática habilidades da linguagem radiofônica.

A quarta dimensão da convergência apontada por Salaverría é a dimensão comunicativa, isto é, a capacidade da internet possibilitar novos produtos. Nesse sentido, é possível afirmar que a tecnologia também proporciona a capacidade dos veículos de apresentar configurações diferenciadas para narrativas já existentes, como a publicação de uma série de reportagens sobre um mesmo tema.

No Imirante.com, há a produção do chamado “Especial”, que é, na verdade, uma série de reportagens sobre um determinado tema com várias abordagens. No especial “MA na internet”¹³, foram várias vídeos sobre os maranhenses que se destacam na internet. O internauta pode conhecer as pessoas envolvidas, os trabalhos desenvolvidos e como atuam, tudo isso em uma página composta por seis matérias, que reúnem texto e vídeo.

Aproveitando as possibilidades da web, o Imirante também apresentou uma websérie¹⁴ dividida em dois capítulos que abordou o tema violência a partir de relatos dos internos da Fazenda da Esperança, localizada no município de Coroatá, no interior do estado. A produção audiovisual foi elaborada por um repórter e um estagiário que visitaram a fazenda e mostraram a rotina dos internos. Alguns foram entrevistados e contaram suas histórias antes de serem internados e depois de terem ido morar na fazenda. Os relatos foram intercalados com falas de um especialista, mostrando a ação das drogas na vida das pessoas e das dificuldades de recuperação. O material foi dividido em dois capítulos e publicados com um

¹³ <http://imirante.com/especiais/ma-na-internet/>

¹⁴ Para os autores, o material apresentado pelo webjornal não configura uma websérie, porém foi respeitada a nomenclatura utilizada pelo Imirante.com.

texto contextualizando o assunto. Ou seja, vídeos e textos usados para reportar determinado assunto, umas das possibilidades oferecidas pela internet e exploradas pelo Imirante.com.

Considerações Finais

Hoje, o Portal Imirante.com se consolidou como o maior portal de notícias do Maranhão, proporcionando aos internautas notícias dos mais variados assuntos e entretenimento, buscando sempre explorar as possibilidades oferecidas pelo ciberespaço. Segundo a Pesquisa Escutec, divulgada em 2014, o Imirante.com tinha 40,4% da preferência dos maranhenses entrevistados. O site que apareceu como segundo colocado, no caso o G1, tinha 9,7% da preferência dos internautas.

Desde 2014, o portal alcança mais de seis milhões de acessos por mês. Os dados de audiência divulgados pelo departamento comercial¹⁵ referentes ao mês de setembro do ano passado mostram que mais de 965 mil pessoas acessaram o Imirante.com naquele mês. Foram mais de 2,2 milhões de sessões, 6,5 milhões de páginas vistas e 15 mil pessoas diariamente acessando o portal via celular.

Ao longo desses 16 anos, o Portal Imirante.com acompanhou as transformações no ciberespaço e evoluiu. O layout do portal passou por várias mudanças, buscando sempre proporcionar mais usabilidade e melhorando o aspecto visual e de navegação. Por questões técnicas, entre 2014 e 2015 o Imirante deixou de ser hospedado no Globo.com e passou a ter provedor próprio. Com a criação do G1 Maranhão, que passou a ser o site oficial da TV Mirante, o Imirante.com deixou de usar o material da TV e investiu em uma maior produção própria de vídeo.

Como relatado neste trabalho, o maior portal de notícias do Maranhão procura explorar as quatro dimensões da convergência apontadas por Salaverría (2003). Há ações nos níveis tecnológico, empresarial, profissional e de conteúdo, que não são níveis excludentes, mas sim complementares na construção do jornalismo na era da revolução digital e da convergência. A consequência é a necessidade de empresas, profissionais e conteúdos se adaptarem a nesse novo ambiente/processo. Os conteúdos já não estão mais isolados só no rádio, na TV, no jornal impresso ou em sites. As informações transitam por todos esses suportes, exigindo adequações nas empresas, que buscam inovações tecnológicas, e nos profissionais, que necessitam de conhecimentos diversos para produzirem tais conteúdos.

¹⁵ Dados disponíveis em: <<http://imirante.com/comercial/>>.

Referências

- BARBOSA, Suzana. **Os conteúdos locais no jornalismo digital**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, Belo Horizonte. Anais de Trabalho. Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gérias (PUC-Minas), 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP02_barbosa_suzana.pdf>. Acessado em: 01 jun. 2016.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.) **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013.
- CASTRO, Alessandra Serra de; MACHADO, Maurício Araya. **Webjornal no Maranhão: análise e proposta de um modelo**. 2009. 85 f. Monografia - Curso de Comunicação Social, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, São Luís, 2009. Disponível em: <<https://issuu.com/mauricioaraya/docs/webjornalnomaranhao>>. Acessado em: 01 jun. 2016.
- CUTRIM, Liliane; DIAS, Luciano. Imirante.com: 15 anos de evolução e credibilidade. Imirante.com, São Luís, MA, 01 set. 2015. Disponível em: <<http://imirante.com/maranhao/noticias/2015/09/01/imirante-com-15-anos-de-evolucao-e-credibilidade.shtml>>. Acesso em: 01 jun. 2016.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.
- GOMES, Julliene; CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da. **Portal imirante.com: apropriações e usos das características do jornalismo online**. CAMBIASSU – EDIÇÃO ELETRÔNICA Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão - UFMA - ISSN 2176 – 5111 São Luís - MA, Janeiro/Junho de 2011 - Ano XIX - Nº 8. Acesso em 01 jun. 2016.
- IMIRANTE.COM. Inovação: Grupo Mirante cria Núcleo Digital. Imirante.com, São Luís, MA, 29 out. 2016. Disponível em: <<http://imirante.com/sao-luis/noticias/2015/10/29/inovacao-grupo-mirante-cria-nucleo-digital.shtml>>. Acesso em: 01 jun. 2016.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé. **La comunicación del futuro se escribe con L de local**. Revista Latina de Comunicación Social, Tenerife-España, número 34, octubre, 2000. Disponível em: <http://www.revistalatinacs.org/2008/20_27_virtual/41xose.htm>. Acesso em 04 jul. 2016.
- MIELNICZUK, Luciana. **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004, Porto Alegre. Anais de Trabalho. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), 2004. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/resumos/R0816-1.pdf>>. Acessado em: 01 jun. 2016.
- MIELNICZUK, Luciana. **Características e implicações do jornalismo na Web**. Trabalho apresentado no II Congresso da SOPCOM. Lisboa, 2001. Disponível em: <http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>. Acesso em 01 jun. 2016.
- ROST, Alejandro e BERGERO, Fabián (org.). **Periodismo em contexto de convergências**. Roca: PubliFadecs, 2012.
- SALAVERRÍA, Ramon. **Convergencia de los medios**. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, Quito-Ecuador, número 81, marzo, 2003.
- SOUSA, Jorge Pedro de. **Comunicação regional e local na Europa Ocidental: Situação geral e os casos português e galego**, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europaocidental.pdf>>. Acesso em 04 jul. 2016.