

Laboratórios de inovação em contexto de redações convergentes com integração entre jornalistas, *designers* e programadores na construção das narrativas¹

Thaísa Brandão COMBER²

Wesley FARIAS³

Beatriz VIEIRA⁴

Luana Gregório PEREIRA⁵

Fernando Firmino da SILVA⁶

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

RESUMO

Pesquisa⁷ explora o contexto dos laboratórios de inovação em redações convergentes na perspectiva de construção de narrativas para ambiência web ou móvel tendo como interação jornalistas, designers e programadores. A abordagem rastreia os actantes da construção de narrativas e a complexificação diante do aporte de novos atores (humanos e não-humanos). Como pano de fundo procura-se compreender as mudanças do jornalismo com as possibilidades tecnológicas. Investiga-se os laboratórios vinculados a organizações jornalísticas criados para lidar com o processo de inovação para narrativas dinâmicas ou produtos como o *The Guardian* (Reino Unido) e *The New York Times* (Estados Unidos). Espera-se apontar o horizonte da produção jornalística em redações convergentes e inovadoras e o trabalho envolvendo a multidisciplinaridade de equipes.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo convergente; inovação; laboratório; narrativas; comunicação.

INTRODUÇÃO

O jornalismo encontra-se em um momento de reconfiguração com o acelerado desenvolvimento tecnológico, que suscita impactos nas rotinas de produção e no consumo de notícias. Diante do contexto, os meios de disseminação dos fatos jornalísticos adquiriram outras características a partir do jornalismo digital como a

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Bolsista de Iniciação Científica PIBIC/UEPB/CNPq cota 2015/2016. Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: thaisabrand@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: wesleysilva1992@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: beatrizcostavieira@gmail.com.

⁵ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UEPB, email: luanagregoriopereira@gmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UEPB, email: fernando.milanni@gmail.com.

⁷ Esse artigo faz parte de Pesquisa de Iniciação Científica PIBIC/UEPB/CNPq cota 2015/2016.

“hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, ubiquidade, memória, instantaneidade e personalização” (CANAVILHAS et.al, 2014) e agora essas características se ampliam com o emergente ecossistema móvel.

Em meio ao processo, temos a convergência jornalística (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008; BARBOSA, 2009) e a multiplicação de plataformas (web e móvel) que incorpora novas tecnologias e expande as possibilidades de distribuição de conteúdos, além da exigência do desenho de um novo perfil profissional para atuar no cenário nas novas organizações jornalísticas quanto aos formatos de narrativas em desenvolvimento. Nessa conjuntura, observamos a integração entre programadores, *designers* e jornalistas no ambiente redacional para lidar com a complexidade das narrativas que envolvem multiplataformas e novas propriedades e formatos. De acordo com Silva et. al (2013, p.51) “A convergência funciona nesse contexto como uma resposta aos novos processos comunicacionais surgidos com as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), ao mesmo tempo que afeta diversas dimensões que envolvem a produção informativa.”

Essa integração entre os profissionais se dá pela complexidade do trabalho que envolve a criação de conteúdos para a web, visto que, as narrativas passam a explorar outros campos que não são do domínio do jornalista. Dessa forma, os programadores e os *designers* trabalham com a parte mais técnica, que consiste no desenvolvimento de ferramentas e na forma como serão distribuídas as narrativas na web e em outras plataformas e os jornalistas mais diretamente na curadoria e apuração do conteúdo.

Assim, observa-se que o papel do jornalista ainda é central na redação, porém também torna-se expressivamente dependente dos tecnoatores⁸ como *designers* e programadores, que se tornam essenciais no que concerne ao desenvolvimento, funcionamento e aperfeiçoamento das redações convergentes a partir de *softwares* e aplicativos (CANAVILHAS et.al, 2014) e de uso intensivo de algoritmos e dados na produção jornalística contemporânea.

⁸ Para Canavilhas et. al (2014) tecnoatores é definido como a conjunção entre programadores e designers e, em alguma medida, os não-humanos como aplicativos, algoritmos e softwares, similar ao que Bruno Latour (2012) defende com a Teoria Ator-Rede.

As linguagens codificadas e os comandos operacionais (algoritmos) demandam conhecimentos específicos e os não-especialistas ficam restringidos a uma ação superficial na interatividade com plataformas web e aplicativos móveis (*apps*). Portanto, profissionais como designers e programadores devem ser compreendidos como tecnoatores relevantes na investigação jornalística, pois são eles que detêm os conhecimentos necessários para lidar com os *softwares*. (CANAVILHAS et.al, 2014, p.86).

Diante dessa realidade, o artigo tem por objetivo compreender o ambiente das redações convergentes e multiplataforma na produção de conteúdos para a web ou móvel tendo como interação jornalistas, *designers* e programadores na concepção de notícias (TRAQUINA, 2005). Como também, compreender as mudanças ocasionadas no jornalismo com o advento das novas tecnologias, como bases de dados, algoritmos, computação, design - que passam a ser consideradas para contar histórias e construir narrativas dinâmicas para multiplataformas.

A partir dessa conjuntura de transformações no jornalismo, analisamos os laboratórios vinculados a organizações jornalísticas criados para lidar com o processo de inovação para as novas narrativas ou produtos como o *The Guardian* (Reino Unido) e *The New York Times* (Estados Unidos), que possuem equipes multidisciplinares na redação visando o desenvolvimento de novos projetos e de modelos distintos de narrativa jornalística. Um exemplo desses resultados temos observado nas narrativas verticais (denominadas *Snowfall*) do *The New York Times* (BARBOSA; NORMANDE; ALMEIDA, 2014) e agora o uso da Realidade Virtual⁹ para narrativas dinâmicas para jornalismo imersivo.

CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA

A inserção de aparelho *mobiles* na vida da sociedade se faz cada vez mais presente na atualidade, a utilização de *smartphones*, *tablets* e outros meio digitais se

⁹ Disponível em <http://www.nytimes.com/marketing/nytvr/> acesso em 26 maio 2016.

mostram presente não só na vida da sociedade mas como também no fazer jornalístico, e em principal, na forma de absorver e disseminar informação. Com as mudanças estruturais no jornalismo, as organizações jornalísticas buscam novos modelos de negócios e o desenvolvimento de novos formatos e linguagens para os conteúdos, além de plataformas emergentes para a distribuição.

Todavia, o crescimento exponencial dos dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones* apontam para um cenário complexo de multiplataforma que exige estratégias diferenciadas e um conjunto de iniciativas para a produção e distribuição desse material. A constatação desse processo de reconfiguração é coeso com o ecossistema móvel e o ambiente multiplataforma. “Só no Brasil, o país contabiliza uma proporção de mais de um telefone celular por habitante, o que gera importantes mudanças comportamentais, cognitivas e nas formas de comunicação, inclusive na linguagem” (RENÓ, 2015, p.262). A partir dessa nova reconfiguração, o jornalismo atual está não somente voltado para formatos da notícia distintos, mas também para a redefinição do perfil profissional dentro da redação.

No cerne está o processo de convergência como desencadeador de condições de produção complexa e estratégica para o jornalismo. Para Barbosa et.al (2013, p.1), “o processo de convergência jornalística vem sendo introduzido nos conglomerados de comunicação para lidar com os novos fluxos de produção baseados em multiplataformas.” Dessa forma, para se adaptar aos novos meios, a redação jornalística se integra e inova fazendo, por exemplo, com que profissionais como designers, programadores e jornalistas trabalhem em conjunto para que o acesso a comunicação se torne de fácil acesso e manuseio por parte dos leitores, transformando as redações convergentes ou integradas em um ambiente diferente do da década de 1990, por exemplo, em que as unidades redacionais eram separadas e demarcadas entre online e impressa. O processo de convergência implodiu essa configuração.

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitada pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, proporcionando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens

anteriormente separadas, de modo que os jornalistas produzem conteúdos que se distribuem por meio de múltiplas plataformas, mediante as linguagens específicas de cada meio (SALAVERRÍA et.al, 2007, p.20).¹⁰

Neste sentido, as redações convergentes passam a utilizar as plataformas webs não apenas como disseminadora de notícia, como também fonte de informação e interação com o usuário. Dispositivos móveis como *smartphones*, *tablets* e câmeras também se fazem cada vez mais presentes nessas redações. No cenário atual, é de importância ímpar que o jornalista saiba como funciona o acesso a comunicação nos meios mobile e produza suas notícias pensando a partir desses dispositivos. O jornalista tende a sair de seu habitat e deixa de pensar em apenas um meio que irá circular a informação, agora o fato deve ser pensado para multiplataformas.

Redações convergentes com uso sistemático destas características de hipertextualidade, interatividade e multimídia ainda são escassas no jornalismo brasileiro, tendo em vista que a maioria das redações oferecem mais o seu conteúdo impresso de forma digital do que propriamente um conteúdo multimídia. No Brasil, algumas organizações jornalísticas avançam nesses aspectos como *O Globo*, *O Estadão* e *A Folha* que oferecem conteúdos exclusivos para plataformas digitais a partir de aplicativos que exploram formas de narrativas dinâmicas. O extinto *O Globo a Mais* era um dos mais significativos porque montou uma equipe própria para cuidar do aplicativo com caracterizados como jornalistas, programadores e *designers*. Essa confluência de novos profissionais em redações convergentes endereça para perspectivas de desdobramentos de funções múltiplas e em sinergia entre a equipe. Sendo assim observamos como se dá o processo entre estas três categorias profissionais.

¹⁰ "La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una" (SALAVERRÍA et.al, 2007, p.20, tradução nossa).

NOVAS NARRATIVAS, NOVOS PERFIS PROFISSIONAIS

Para pensar o contexto que envolve um trabalho com equipe multidisciplinar é pertinente explorar o conceito de inovação para o jornalismo a partir da instituição de laboratórios vinculados a organizações jornalísticas criados para lidar com o processo de inovação para as novas narrativas ou produtos como o *The Guardian* (Reino Unido) e *The New York Times* (Estados Unidos). Os desdobramentos estão no horizonte da produção jornalística em redações convergentes e o trabalho envolvendo a interdisciplinaridade e o processo de inovação.

O advento das novas tecnologias provocaram mudanças que afetaram a forma de produzir conteúdos jornalísticos e distribuí-los para a sociedade. Essas mudanças também foram suscitadas pelo surgimento dos dispositivos móveis, exigindo assim, que os profissionais da notícia se adaptassem a essa nova realidade do fazer jornalístico. Diante disso, o trabalho no ambiente redacional passou a ser mais complexo, visto que, as empresas e os profissionais da comunicação necessitam desenvolver conteúdos para outras plataformas.

É neste contexto que surge a necessidade de interação entre profissionais, a exemplo, os jornalistas, *designers* e programadores para lidarem com o desenvolvimento de plataformas e layouts. Sendo assim, a interação entre esses profissionais se torna imperativa no contexto de narrativas para *mobile* ou para web como uma forma de desenvolver conteúdos que permitam possibilidades para a audiência (CANAVILHAS; LUNA; SATUF, TORRES, 2014).

Além disso, diante desse cenário de mobilidade e convergência, os próprios jornalistas precisam incorporar as características de polivalência, que consiste em se adaptar aos diferentes meios e realizar não apenas o trabalho de produção do texto jornalístico, mas também de imagens, vídeos, edição etc. Essas transformações de natureza estrutural na forma de produzir e distribuir produtos jornalísticos foram diretamente influenciados pela dinamicidade que a web oferece. As narrativas produzidas para a Web possuem algumas características consagradas como hipertextualidade,

multimedialidade, interactividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade (CANAVILHAS, 2014).

Essas características possibilitam aos profissionais da comunicação utilizar recursos que tenham como intuito oferecer ao leitor uma informação mais completa sobre determinados temas. Além de apresentá-la utilizando diversas linguagens, como texto, vídeo, foto, infográfico, hiperlink etc.

O ciberjornalista tem, conseqüentemente, de tomar decisões sobre qual o formato ou formatos de media que melhor se adaptam a uma determinada estória (multimédia), de considerar opções que permitam ao público responder, interagir ou mesmo personalizar certas estórias (interactividade), e pensar nas maneiras de relacionar a estória com outras estórias, arquivos, e outros recursos através de hiperligações (hipertexto) (BASTOS, 2005, p. 1- 2).

Somado a isso, os dispositivos móveis digitais e a mobilidade vem afetando diretamente a produção e consumo de notícias jornalísticas. Com o crescente aumento da utilização de *tablets* e *smartphones*, as empresas buscaram criar aplicativos com o intuito de disponibilizar os conteúdos jornalísticos. Segundo Oliveira (2014, p.2), nos dispositivos móveis "os produtos jornalísticos nativos da plataforma são aplicativos (app's) que fazem parte de um modelo de negócio e de uma adequação técnica ao meio. Os apps são os programas próprios de tablets e smartphones, e desempenham diversas funções."

Diante desse novo cenário em que o jornalismo se encontra, percebe-se a necessidade das empresas de comunicação em integrar outros profissionais, além daqueles que são reponsáveis de narrar os fatos cotidianos. Nesse contexto, os programadores desenvolvem os *apps* e plataformas que serão disponibilizadas as narrativas e os designers criam layouts com o objetivo de apresentá-las de forma agradável ao leitor.

A convergência jornalística e essa interação entre programadores, designers e jornalistas levantam questões se coadunam com a noção da Teoria Ator-Rede (TAR) (LATOUR, 2012), especificamente do conceito "actantes", que seria quando atores humanos e atores não-humanos participam das ações e dos processos e da construção das

controvérsias ou da comunicação das coisas (LEMOS, 2013). Os atores humanos nesse caso seriam os jornalistas e os *designers* e programadores, que estariam trabalhando na construção das narrativas, cada vez mais dirigidas a públicos de múltiplas plataformas. Esses atores não-humanos não serviriam apenas como ferramentas para a construção das narrativas, mas, com o desenvolvimento das tecnologias, eles também conseguiriam influenciar nessa construção, através, por exemplo, dos algoritmos computacionais, que já são uma realidade. “Lewis e Westlund (2014) recorrem a TAR para destacar o algoritmo computacional como um elemento não-humano que age diretamente sobre conteúdos noticiosos” (SATUF, 2015, p.70).

Ainda de acordo com Satuf (2015, p.70), “os algoritmos presentes nos sistemas de monitoramento de audiência online em tempo real afastam o jornalismo de uma abordagem centrada na produção (*Producer-centric*) rumo a uma abordagem focada no consumidor (*consumer-centric*)”. Estes atores não-humanos mediam ou intermediam o que os jornalistas, *designers* e programadores produzem em termos de narrativa. Esse conjunto de fatores que influencia na produção e no consumo de notícias e o entrelaçamento entre jornalistas, programadores e *designers* leva a uma compreensão de redação convergente e que se diferencia das tradicionais redações. Em busca de novos modelos de negócios e de redações integradas que favoreçam à inovação e formatos distintos, algumas organizações jornalísticas tem investido em laboratórios de inovação.

As narrativas jornalísticas incorporam cada vez mais essa vertente híbrida de produção entre diversos profissionais visando uma dinâmica mais complexa em que as condições tecnológicas e de contar histórias se combinam estrategicamente. Neste entorno das narrativas estão os laboratórios de inovação implementados internamente nas empresas jornalísticas em direção a processualidades que moldam as interfaces.

LABORATÓRIOS DE INOVAÇÃO: INICIATIVAS

Quando pensamos o futuro do jornalismo é quase impossível não fazer a ligação com os dispositivos móveis. É pensando nesta perspectiva que surgem os Laboratórios de

Inovação. As redações não estão preocupadas em criar equipes para testar novas funcionalidades, a principal preocupação de uma empresa de comunicação é a de informar, de maneira ágil e verdadeira. Os laboratórios surgem para que se possa ajudar organizações a explorar possibilidades de se contar histórias através de dispositivos móveis.

Uma dessas [iniciativas] tem consistido em promover em seu ceio laboratórios de inovação, também chamados de *medialabs* o, simplesmente, *labs*. Vários meios em escala mundial tem colocado em prática, recentemente, unidades ou departamentos dedicados à pesquisa , experimentação, desenvolvimento e prática de inovações tecnológicas e editoriais em suas organizações. (SALAVERRÍA, 2015, p.398).¹¹

Ainda pouco difundido no Brasil os laboratórios de inovações têm se solidificado no exterior a exemplo do *The Guardian*¹², o jornal inglês que criou *Mobile Innovation Lab*. O Laboratório foi gestado na redação dos Estados Unidos e tem a finalidade de desenvolver novas abordagens para as notícias produzidas para dispositivos móveis. Este projeto tem financiamento da Fundação Knight¹³. O projeto está com plano de trabalho para duração de dois anos com financiamento de US\$ 2,6 milhões. Em parceria com o *The Guardian* o *Nieman Lab*, que também recebe financiamento do Knighth, será o responsável por compartilhar os resultados obtidos pelo laboratório com a comunidade.

O Lab trata-se de uma equipe de produção e editorial multidisciplinar constituída por designers, desenvolvedores e repórteres que atuam integrados às operações de notícias da redação. Um dos objetivos é criar conteúdos originais e engajar a audiência

¹¹ "Una de esas inicia vas ha consistido en promover en su seno laboratorios de innovación, también llamados *medialabs* o, simplemente, *labs*. Varias decenas de medios a escala mundial han puesto en marcha recientemente unidades o departamentos dedicados a la investigación, experimentación, desarrollo e implementación de innovaciones tecnológicas y editoriales en sus organizaciones." (SALAVERRÍA, 2015, p.398, tradução nossa).

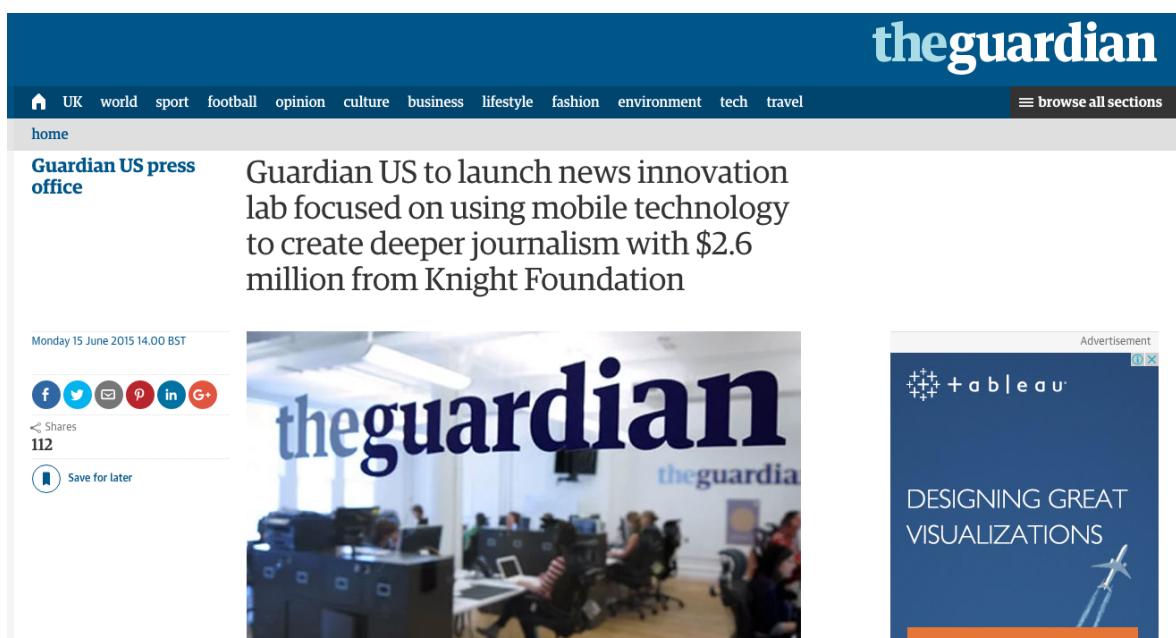
¹² Disponível em <<http://www.theguardian.com/international>>. Acesso em 20 maio 2016.

¹³ Segundo o site da fundação, os objetivos da mesma são: apoiar ideias transformadoras que promovem o jornalismo de qualidade, inovação para o avanço da mídia, envolvendo as comunidades e fomentando as artes. Disponível em <<http://www.knightfoundation.org/>>. acesso em 20 maio 2016.

nas iniciativas de breaking news (notícias factuais) coletando informações para a produção jornalística através de ferramentas adaptadas ou desenvolvidas no laboratório.

A criação deste tipo de laboratório surge do interesse das instituições de analisar a influência de tecnologias na produção da notícia e ao mesmo tempo desenvolver pesquisa aplicada. O laboratório (figura 1) busca aprofundar a forma de produção para dispositivos móveis através de pesquisas em profundidade, desenvolvimento, teste e avaliação.

Figura 1 - The Guardian cria laboratório de inovação para o jornalismo



Fonte: The Guardian¹⁴

Em dezembro de 2015, como parte da cobertura do debate pela corrida Presidencial dos Estados Unidos, o *Mobile Innovation Lab* utilizou a rede social Whatsapp para fazer a cobertura do evento, que também era transmitido ao vivo por blog do *The Guardian*. Um dos repórteres escalado para a missão foi Adam Gabbatt, que

¹⁴ Disponível em <http://www.theguardian.com/gnm-press-office/2015/jun/15/guardian-us-to-launch-news-innovation-lab-focused-on-using-mobile-technology-to-create-deeper-journalism-with-26-million-from-knight-foundation> acesso em 14 mar. 2016

cobriu o debate através do aplicativo de bate-papo Whatsapp¹⁵ com uma abordagem diferente da utilizada no blog para descrever o debate. O repórter enviou 62 mensagens durante o debate para usuários cadastrados. No Brasil, Estadão tem iniciativa similar com o WhatsApp enviando manchetes¹⁶ para usuários previamente cadastrados com o número do portal.

Para o repórter do *The Guardian* a experiência foi simples. O que dificultava mesmo era a forma como os usuários o respondiam e ele precisava reescrever o que ele recebia e repassar para os demais usuários da lista.

Parecia que eu estava falando com meus amigos. [...] eu uso o WhatsApp de diversas maneiras para falar com pessoas deste país e as pessoas de casa. O que escrevi no site do The Guardian é transitório, não ficaria ali para sempre, portanto parecia que eu podia relaxar e falar como se eu estivesse falando com meus amigos, com um pouco menos de palavras. (LICHTERMAN, 2015, n.p)¹⁷

O WhatsApp é uma rede social que possibilita a interação entre as duas pontas. Neste caso o repórter e o leitor. E a forma de narrativa é diferente das demais utilizadas. Esta capacidade de troca de informações entre dois pontos ainda não tinha sido utilizada para narrar uma reportagem. Os editores informaram na página do Laboratório¹⁸ que o motivo principal de tal iniciativa era observar de que maneira o público reagiria a um relato de jornalista deste tipo. No Brasil, o Extra do Rio de Janeiro foi o primeiro veículo a utilizar o WhatsApp para receber contribuições dos usuários (SILVA, 2015).

Um dos grupos mais inovadores do mundo é o *The New York Times*, que nos últimos dez anos tem modificado as narrativas no jornalismo, primeiro com o uso de infografia em base de dados ou visualização de dados (RODRIGUES, 2009), pelo qual

¹⁵ Disponível em <http://www.niemanlab.org/2015/12/what-the-guardian-learned-from-its-first-whatsapp-live-chat/> acesso em 14 mar. 2016

¹⁶ Disponível em <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,estado-agora-envia-manchetes-via-whatsapp,10000023025> acesso em 22 abril 2016.

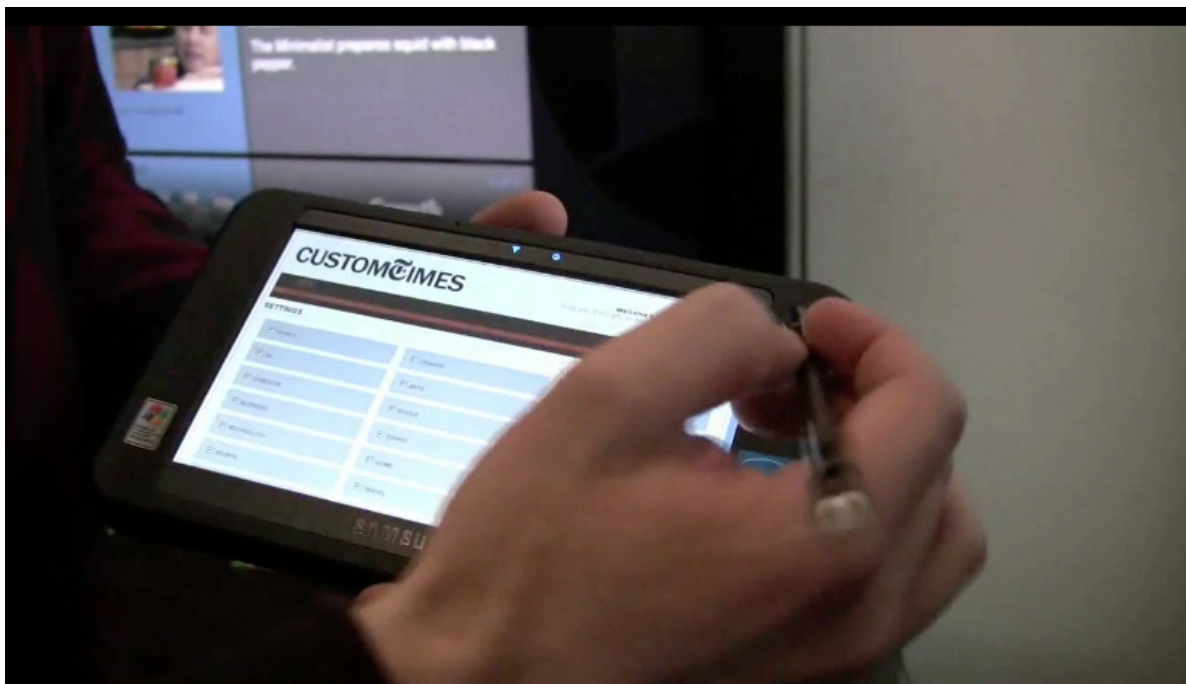
¹⁷ "It felt like I was talking to my friends, (...) I use WhatsApp a lot anyway to talk with people in this country and people back home. Being off The Guardian website, and [because] it's quite transient and not going to sit on the web forever, it felt like I could relax and talk as if I would talk normally — a few less swear words, but it essentially it felt really relaxed.# (LICHTERMAN, 2015, n.p, tradução nossa).

¹⁸ Disponível em <<https://medium.com/the-guardian-mobile-innovation-lab>>. acesso em 15 maio 2016

foi premiado nos principais festivais da área gráfica. Depois com as narrativas *SnowFall* e agora com Realidade Virtual.

Por trás dessas iniciativas está o Laboratório do *New York Times* (Nytlabs)¹⁹ de desenvolvimento e pesquisa que tenta identificar tendências voltadas para a mídia a médio prazo e a partir daí gerar aplicativos ou protótipos com matriz inovadora. Um dos produtos criados no interior do Nytlabs foi o *CustomTimes* (figura 2). Trata-se de um modelo de customização do *The New York Times* visando múltiplas plataformas e perspectivas de inovação no jornalismo.

Figura 2 - CustomTimes, desenvolvido no laboratório de inovação do New York Times



Fonte: The New York Times²⁰

O *The New York Times* vem investindo²¹ agora em Realidade Virtual e taticidade com o estudo e exploração de novas formas de interação e imersão com conteúdos e

¹⁹ Disponível em <http://nytlabs.com/> acesso em 15 maio 2016

²⁰ Disponível em <http://nytlabs.com/projects/customtimes.html> acesso em 14 maio 2016.

²¹ Disponível em <http://nytlabs.com/blog/> acesso em 14 maio 2016.

vídeos procurando novas fronteiras para o jornalismo. Para Salaverría (2015) os estudos dos laboratórios na comunicação e no campo do jornalismo ainda são incipientes e escassos.

Apesar de seu auge, o fenômeno dos *labs* tem recebido pouca atenção dos pesquisadores especializados em meios de comunicação. Certamente, até esse momento nenhum estudo aprofundou as características e modalidades dos laboratórios de mídia. A bibliografia existente se concentra apenas em laboratórios promovidos a partir de universidades, principalmente no *Media Lab* del *MIT*. (SALAVERRÍA, 2015, p.398).²²

Neste sentido, é necessário buscar compreender como os laboratórios em organizações jornalísticas nacionais e internacionais contribuem com o papel da inovação do jornalismo sem dependência, na essência, das tecnologias e aplicações desenvolvidas pela indústria tecnológica como tem sido a tônica. *The Guardian* e *The New York Times*, diante do contexto de crise no jornalismo, têm despontado como impulsionadores de emergentes iniciativas para a fundamentação de produtos e implementação de novas linguagens que modernizam as narrativas com a incorporação de elementos com características disruptivas e inovadoras.

CONCLUSÕES

Diante do que foi exposto, constata-se que com a emergência das novas tecnologias se torna necessária a interação de profissionais de diferentes áreas (jornalistas, designers, programadores) que compreendam o processo de construção de narrativas dinâmicas e de novas linguagens.

²² "A pesar de su auge, el fenómeno de los labs ha recibido escasa atención por parte de los investigadores especializados en medios de comunicación. Ciertamente, hasta la fecha ningún estudio ha profundizado en las características y modalidades de esos laboratorios de medios. La bibliografía existente se centra apenas en laboratorios promovidos desde universidades, muy especialmente en el *Media Lab* del *MIT*." (SALAVERRÍA, 2015, p.398, tradução nossa).

Dessa forma, o trabalho desempenhado pelos programadores e *designers* se torna importante nesse cenário em que o jornalismo se encontra, visto que, é esses profissionais que possuem o conhecimento mais aprofundado sobre as possibilidades das novas tecnologias e da web. Uma outra alternativa é a figura do jornalista-programador que exerça funções que vão além das consagradas do jornalismo. Entretanto, a tendência é a união entre vários profissionais em uma mesma unidade redacional ou laboratório de inovação para fluir a sinergia da produção em nível complexo e que exige o uso de bases de dados, de algoritmos e interfaces mais atrativas para os usuários visando o design líquido que possam se adaptar para diferentes telas e plataformas e com recursos dinâmicos em formatos (áudio, vídeo, imagens, textos e camadas de interação).

No contexto analisado do artigo, esse processo que envolve inovação está ocorrendo dentro dos ambientes de laboratório montados por grandes organizações jornalísticas para pensar e desenvolver novos produtos e experimentar novas linguagens e formatos. No nosso caso exploramos os casos ilustrativos do *The Guardian* e *The New York Times* tendo em vista que no Brasil essas experiências são incipientes e pouco investimento temos nesse sentido de ter um laboratório em uma redação como propulsora das experiências. Como sabemos as organizações jornalísticas é dependente, na maioria dos casos, do desenvolvimento de aplicações e tecnologias de empresas vinculadas à tecnologia avançada como Apple, Google, Facebook, entre outras e, na sequência, apropriações para novos produtos ou modelos de negócios.

Trazendo para a nossa realidade, em relação as narrativas disponibilizadas na web, percebemos que as empresas ainda buscam se adaptar a essas novas ferramentas e explorar os seus recursos. Outro ponto a ressaltar, é que os laboratórios de inovação ainda são pouco difundidos, estão mais presentes em outros países. Além desse aspecto, em outros lugares há organizações financiando iniciativas com aporte financeiro. No Brasil apenas agora com a Lei do novo Marco Legal da Ciência, Tecnologia e Inovação²³, que permite interações entre iniciativa privada e universidades públicas. Entretanto, o Brasil tem grandes conglomerados midiáticos com condições de montar equipes

²³ Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113243.htm acesso em 14 mar. 2016.

interdisciplinares ou laboratórios de inovação para desenvolvimento interno de soluções e produtos que possam melhorar a qualidade do jornalismo em termos técnicos e de novas formas de narrativas.

O tensionamento entre jornalistas, *designers* e programadores ainda existe dentro das redações, mas cada vez mais se percebe que o jornalismo moderno depende dessa interface como fator de inovação, essencialmente diante da crise prolongada nos negócios jornalísticos com fechamento de jornais impressos, operações digitais, entre outros. O jornalismo está diante de uma nova audiência: mais jovem, em busca de conteúdos mais dinâmicos e vinculados aos dispositivos móveis, plataformas de consumo que mais cresce enquanto ecossistema.

Neste sentido, esse artigo refletiu sobre essas dimensões e novos estudos serão aprofundados durante a pesquisa em andamento para caracterização desse *novo* jornalismo que se desenha no presente e no horizonte e o papel central dos laboratórios de inovação com equipes multi ou interdisciplinares em contexto de convergência jornalística.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Helder. **Ciberjornalismo e Narrativas Hipermedia**. 2005. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/>> Acesso: 14 de Maio de 2016.

BARBOSA, Suzana; DA SILVA, Fernando; NOGUEIRA, Leila. Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma. **Mídia e Cotidiano**, 2013, p.139-162.

BARBOSA, Suzana. **Convergência jornalística em curso**: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, Carla. *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.

BARBOSA, Suzana. Agentes de inovação, renovação e de reconfiguração para o jornalismo em tempos de convergência. **Revista de Cibercomunicación**, 2012.

BARBOSA, Suzana; NORMANDE, Naara; ALMEIDA, Yuri. **Produção horizontal e narrativas verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas**. XXIII Encontro Anual da Compós, 2014 Disponível em http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT10_ESTUDOS_DE_JORNALISMO/artigo_gtj_ornalismo_sbarbosa_naara_yuri_2238.pdf acesso em 26 maio 2016

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características de marcam a diferença**. Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. LUNA, Diógenes. SATUF, Ivan. TORRES, Vitor. Jornalistas e tecnoatores: Dois mundos, duas culturas, um objetivo. **Esferas**, ano 3, nº 5. Junho/Dezembro 2014.

OLIVEIRA, Vivian Rodrigues. **A construção do texto jornalístico nos dispositivos móveis tablets e smartphones**. 3º Simpósio Internacional de ciberjornalismo. Campo Grande – Agosto 2014.

RENÓ, Denis Porto. **Cidadão Mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo**, 2015.

RODRIGUES, Adriana Alves. **Infografia em base de dados no jornalismo digital**. (dissertação de mestrado) - FACOM, UFBA, Salvador, 2009.

SILVA, Jan Alyne Barbosa. PEREIRA, Maria de Lourdes. RIBEIRO, Rodolfo Silva. Convergência Profissional: Estudo de caso das transformações no perfil do jornalista. **Brazilian Journalism Research** – Volume 9 – número 2 (2013).

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS,, J.A.; MASIP, Pere.—**Convergencia Periodística. Propuesta de definición teórica y operativa**. Documento de trabajo original e inedito elaborado para el proyecto—Convergencia digital en los medios de comunicación, 2007.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergência de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Sol90, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón. Los labs como fórmula de innovación en los medios. **El profesional de la información**, v. 24, n. 4, pp. 397-404, 2015.

SATUF, Luan. Interface Actante: Aplicativos Agregadores para dispositivos móveis e a tradução da notícia. **Leituras do Jornalismo**, 2015, p.65-81

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator- rede**. Salvador: EDUFBA; Bauru, SP: EDUSC, 2012.

LICHTERMAN, Joseph. **What The Guardian learned from its first WhatsApp live chat**. 2015. Disponível em <<http://www.niemanlab.org/2015/12/what-the-guardian-learned-from-its-first-whatsapp-live-chat/>> Acessado em 28 de Maio de 2016.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas - teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo – porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.