



A Convergência de Conteúdos na Imprensa Acreana: um Estudo de Caso do Jornal Página 20.net.¹

Luan Cesar de Oliveira²

Wagner da Costa Silva³

Universidade Federal do Acre- Ufac

Resumo

A chegada da internet implicou em significativas transformações no fazer jornalístico. As empresas de comunicação passaram por contundentes processos de mudanças, no qual uma das causas mais visíveis foi a fusão de conteúdos. Este artigo discute como se deu o processo de convergências de conteúdos no jornal Página 20, um dos veículos impressos do Acre que em abril de 2014 lançou o site Página20.net. Inspirado na Folha de S. Paulo e Folha Online, o veículo tem a proposta de manter a população informada dos fatos e acontecimentos que ocorrem durante o dia.

Palavras-chave

Convergência; Jornal; Site; Página 20; Página20.net

Internet e convergência: tecendo considerações

A chegada da internet às redações implicou em significativas mudanças. Redes sociais como o *twitter* e o *facebook*, diários pessoais como os blogs estão mudando, de forma significativa e irreversível, a produção de conteúdos e a estrutura das empresas de comunicação. Com a chegada desses componentes novos sujeitos ganharam visibilidade. Aqueles que antes eram vistos como meros receptores das mensagens produzidas pelos grandes veículos de massa passaram a ser produtores de conteúdos ou a intervir no que antes chegava pronto para consumo. Os conteúdos dos portais de notícia, por exemplo, chegam a ter maior repercussão do que aqueles veiculados em mídias tradicionais como o jornal impresso, o que implica em novas demandas para quem pensa a comunicação.

Além da adoção de uma linguagem que extraia o melhor de cada mídia, levando em consideração as características de cada região que pretende atingir, há também a questão estrutural da redação, a metodologia, a

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 28 a 30 de maio de 2015.

² Estudante do 8º período de Jornalismo na Universidade Federal do Acre - Ufac

³ Professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre- Ufac



capacitação dos profissionais para desempenharem o trabalho, entre outros aspectos (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 45).

Para os jornalistas, esse momento de transição significou a adoção de novos métodos de trabalho e a construção de uma nova identidade profissional. Ele, que antes era responsável por responder pelo conteúdo de um único veículo, se viu obrigado, para não ser excluído do mercado, a produzir ou reproduzir o seu conteúdo para uma, duas ou mais mídias. Se viu compelido a aprender um novo jeito de ler os fatos a partir da perspectiva da rede e suas particularidades. No entanto, é importante destacar que os jornalistas veem a sua identidade mudar desde a chegada dos computadores às redações.

As grandes mudanças no cotidiano profissional dos jornalistas começam com a informatização das redações dos jornais e revistas no Brasil, iniciada na década de oitenta. Com a introdução dos computadores, os jornalistas tiveram de se adaptar a uma realidade profissional que incluía a exigência de maior qualificação, a especialização crescente, as modificações nas condições de trabalho e, sobretudo, a intensificação do trabalho. (BALDESSAR, 2005, p.2)

Nos novos tempos da profissão, muitos jornalistas viram a sua carga de trabalho aumentar para atender diferentes demandas a partir de diferentes mídias, além de terem que adotar as atividades que, até bem pouco, era de um profissional específico. Não é difícil encontrar repórteres de internet que sejam responsáveis pela sua foto, pela imagem que ilustra o seu texto e pela edição final, o que caracteriza uma sobrecarga de trabalho e, em muitos casos um empobrecimento do conteúdo. Esse cenário inclusive já sofre críticas veementes. Para Kischinhevs (2009, p.59), “no Brasil e no exterior, há crescente preocupação com a descaracterização do papel social do jornalista, travestido em uma espécie de banda-de-um-homem-só, um malabarista das ferramentas digitais”.

Do ponto de vista das empresas, uma das faces mais visíveis desse processo foi adoção da convergência de conteúdos entre os diferentes veículos que formam um conglomerado de mídia. De repente, o conteúdo de um jornal impresso passou a ser divulgado por um portal do mesmo grupo, assim como uma sonora de rádio, às vezes, pode chegar a ser usada em um telejornal.

No texto “Convergência entre meio impresso e digital: reconfigurações nas rotinas jornalísticas da Tribuna do Norte e do Extra”, Luciane Fassarella Agnez à luz de Barbosa (2009), destaca que o conceito de convergência é difuso e não se restringe apenas aos componentes tecnológicos.



O conceito de “convergência”. apresenta seis áreas de abrangência da convergência jornalística: Tecnologias (infraestrutura técnica); Empresarial (grupos nacionais e internacionais em seus processos de alianças e fusões); Profissionais (redações unificadas ou independentes que trabalham em cooperação para a produção de conteúdos para distintas plataformas); Editorial/Conteúdos (mistura de gêneros jornalísticos e a linguagem multimídia para a elaboração de novos formatos de notícia); Meios (com suas linguagens e características específicas); e Audiência (participação do público via canais de interatividade). Esse trabalho se dedica à esfera Profissional, tratando de um modelo de convergência que vem sendo adotado por empresas de diversos países nos últimos cinco anos: o de redações integradas, com equipes capazes de atender às plataformas impressa e online.

A autora conceitua ainda o que seria convergência no campo do jornalismo:

o que caracteriza a convergência jornalística é a integração entre meios distintos; a produção de conteúdos dentro do ciclo contínuo 24/7; a reorganização das redações; jornalistas que são *platform-agnostic*, isto é, capazes de tratar a informação – a notícia – de maneira correta, seja para distribuir no impresso, na web, nas plataformas móveis, etc; a introdução de novas funções, além de habilidades multitarefas para os jornalistas; a comunidade/audiência ativa atuando segundo o modelo Pro-Am (profissionais em parceria com amadores). (BARBOSA, 2009a, p.38)

No entanto, é importante destacar que a convergência não é um movimento que acontece da mesma forma em todas as empresas, ela ganha contornos diferentes, que dependem da cultura organizacional, do perfil dos profissionais, do número de mídias que a empresa possui, entre outros fatores. *Kischinhevsky* destaca que existem, no mínimo, cinco tipos de modelos de convergência, que vão do simples aproveitamento de notícias geradas por uma redação em outras plataformas de difusão mantidas pelo mesmo grupo, até a formação de uma única redação responsável pela produção de conteúdos para distribuição para inúmeros canais de distribuição (meios de comunicação).

Percebe-se, ainda, que a convergência nas redações do Brasil é um processo recente, tendo em vista a fragilidade financeira das empresas de comunicação do país até a falta de cultura de um pensamento convergente que propicie ganhos para a informação e não o seu empobrecimento, pela simples reprodução do mesmo conteúdo em diferentes plataformas, sem levar em contas as especificidades de público e formato. Para *Kischinhevs* (2009, p.71) “embora ainda não haja exemplo de integração total entre diversas mídias na grande imprensa brasileira, os processos de convergência nas redações do país têm sido doloroso e regido pelo medo”.

A convergência na imprensa acreana: o caso Página 20



O jornal Página 20 surgiu nas bancas da cidade de Rio Branco em 5 de março de 1995. Com a proposta de informar o cidadão riobranquense dos fatos e acontecimentos do Estado e da capital, o mais novo noticiário impresso chegou com a proposta editorial de “informar com imparcialidade, lisura e respeito o público, sempre reproduzindo os fatos de forma isenta, real e sóbria”.

“ICMS: empresários lesam o Estado em mais de R\$ 10 milhões”. Esta foi a manchete principal da edição inaugural do Página 20. Os mil exemplares, ao preço unitário de R\$ 1, produzidos em material inapropriado para comercialização (papel-jornal), esgotaram-se antes do meio-dia. Aos poucos o periódico ganhou espaço e respeito dos leitores de Rio Branco e outros municípios.

Com notícias de grande interesse social, como denúncias de corrupção no Acre e revelação de grandes esquemas indevidos no Estado, o Página 20 e cada vez mais se destacou em relação aos demais jornais da capital. Por desenvolver um papel social fundamental e afrontar os grandes políticos e organizações, o Página 20 foi apelidado por seus leitores como o “galinho bom de briga”.

Outra alcunha dada ao periódico foi “nanico da selva”, por no início possuir uma estrutura pequena em relação aos demais veículos impressos. Apesar do prestígio entre os leitores, o Página 20 era um jornal semanal, ia às bancas somente aos domingos, mas, levava a população a notícia bem apurada e aprofundada, o que não existia nos demais jornais da época.

Em junho de 1996 o grande desafio do Página 20 foi superado, o jornal se tornava uma publicação diária levando aos seus leitores as notícias e fatos do dia anterior. Com referencial na imprensa acreana, o jornal, com a materialização do diário impresso, abria as portas para receber e formar novos profissionais da comunicação acreana.

Pensando à frente do seu tempo, o Página 20, mesmo estabilizado no cenário jornalístico do Acre, ambicionava mais. Mesmo com a internet não popularizada no Estado o jornal foi o primeiro veículo impresso de comunicação a ter uma versão



virtual. Também em 1996 foi criado o pagina20.com.br, onde era reproduzido totalmente na versão para internet, na época fora um marco entre os meios de comunicação do Acre. Esse momento pode ser incluído no que se conhece como fase transpositiva do jornalismo on-line, o que quer dizer que o mesmo veículo do impresso era passado para a internet sem passar por modificações.

Após algum tempo a plataforma virtual foi desativada e o internauta não possuía mais acesso aos conteúdos do jornal na internet. Em 2002 o site foi reativado com a intenção de manter os leitores que já não compravam mais jornal impresso e se informava através da internet.

O conteúdo do Página 20 (impresso) novamente era reproduzido no pagina20.com.br. Assim, as pessoas adeptas do “novo” meio continuavam sendo informadas pelo veículo em uma plataforma criada em páginas estáticas.

Apesar do grande salto, ainda havia uma defasagem muito grande por parte do jornal na forma de utilizar o novo meio. Mesmo estando na internet as notícias eram velhas, já que eram reproduzidas do impresso, não se adequavam para a web e a “instantaneidade” que o meio oferece não era aproveitada.

Notando esta falha o Página 20 decide então se reinventar mais uma vez. Em 2012 surge o [Página20.net](http://pagina20.net). O novo site, em plataforma diferente, sendo gerenciada de forma dinâmica, surgiu para suprir as falhas cometidas pelo pagina20.com.br. Uma equipe própria, editor e repórteres, para o site foi formada. As notícias eram produzidas e publicadas ao decorrer do dia pela equipe.

O [Página20.net](http://pagina20.net) levava os fatos e acontecimentos atendendo os requisitos para a internet, a “instantaneidade” e a notícia com linguagem adequada para o meio. Mesmo com produção própria o site reaproveitava as notícias, do Página 20, readequando o texto do impresso para a web. A mesma ação é feita no impresso que reaproveita os textos da web.

Segundo Elson Dantas, proprietário do Página 20 e [Página20.net](http://pagina20.net), a convergência entre os dois veículos foi inspirada no mesmo processo que ocorre no jornal Folha de S. Paulo e Folha Online, veículos de comunicação do Estado de São Paulo pertencentes ao



grupo Folha. Para ele os que possuem internet têm a possibilidade de consumir notícias tanto do impresso quanto da internet.

“A ideia é repercutir no site [que tem o seu próprio conteúdo produzido ao longo do dia] as matérias do impresso. E fazer a mesma coisa com o jornal, repercutindo nele de forma mais aprofundada as notícias produzidas pelo site. A criação do site surgiu pelo entendimento que tenho que gradativamente os sites notícias ocupam a função que outrora era do jornal impresso”. (Dantas, entrevista)

Percebe-se pela fala de Dantas, que o modelo de convergência apregoado por ele é o de *cooperação*, que se caracteriza por um veículo abastecer outro de conteúdo. Esse modelo, de acordo *Kischinhevsky (2009)*, se caracteriza pelo fato dos veículos impressos e eletrônicos de um mesmo grupo econômico construir estreitos laços de cooperação na produção e veiculação de noticiários.

Sobre as vantagens do Pagina20.net ele complementa: “A internet oferece notícia ágil e veloz. As notícias são publicadas quase em tempo real aos acontecimentos do cotidiano. Com o Página20.net a produção própria tem destaque, mesmo com as matérias do impresso, e várias notícias são feitas durante o dia”. (Dantas, entrevista)

Diferente da plataforma de 1996, o Página20.net adequa o texto do impresso para o formato web. O atual editor do site, Leandro Chaves, explica que as alterações são feitas para atender as necessidades dos internautas.

“Faço uma revisão para ajustar o tempo das matérias do jornal impresso. Elas não são publicadas no mesmo dia, só em exceções (neste caso é publicado somente os pontos principais e no fim do texto tem um aviso falando que a matéria na íntegra pode ser conferida na edição do dia seguinte do Página 20”. (Chaves, entrevista)

Sobre adaptações feitas para atender aos diferentes formatos, Leandro Chaves comenta:

“Também é alterada a formatação do texto. Quando as notícias do impresso vão para o site elas são divididas em blocos, para os parágrafos não ficarem grandes, e ficam mais sucintas e diretas. Faço toda readequação necessária para a forma que a internet exige”. (Chaves, entrevista)

O mesmo processo é feito com os textos do Página20.net quando eles são publicados no Página 20. Whilley Araújo, editor do impresso, explica que os textos da web passam por ajustes no impresso.



“As matérias que vêm do Página20.net são aprofundadas para poderem serem publicadas no impresso. Como a notícia para a internet é quase no aqui e agora, o tempo das matérias da web é readequado. Detalhes que não são publicados no site saem no impresso como forma de dar uma repercussão maior no impresso. Mas caso a notícia não sirva para o dia seguinte, como por exemplo o site divulgar um show que vai ocorrer horas antes da divulgação da matéria, ela não é reaproveitada no jornal por ser velha”. (Araújo, entrevista)

Sobre a relação com o conteúdo do on-line, Whiley Araújo dá a seguinte declaração: “Com o Página20.net produzindo notícias próprias, a produção do jornal também aumentou, devido a esse reaproveitamento de matérias. Agora o jornal não fica tão dependente de assessorias e agências de notícias”. (Araújo, entrevista).

Na fala dos dois editores, percebe-se o reconhecimento das particularidades do meio impresso e digital. Ambos concordam e dizem realizar mudanças quando veiculam conteúdos de meios diferentes nos diferentes suportes da empresa Página 20, seja *online* ou impresso.

Considerações

As empresas de comunicação do Brasil passam, atualmente, por um intenso processo de reorganização na produção de conteúdos e de engenharia administrativa. Nesse cenário, a fusão de materiais informativos entre diversas mídias é uma das características mais evidentes.

O processo de convergência de conteúdos vem apresentando diferentes nuances durante a implantação nas mais diversas empresas de comunicação, que possuem diferentes estruturas, relações com o mercado, raio de abrangência e perfil de profissional. No caso do Pagina20.net, veículo aqui estudado, percebe-se que ele adota de um modelo de cooperação entre as versões *on line* e impressa, em quem uma alimenta a outra, mas procurar manter as suas singularidades, a partir de modificações feitas nos conteúdos por parte dos respectivos editores.

Referências

BARBOSA, Suzana. Convergência jornalística em curso: as iniciativas para a integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, Carla (org.). Jornalismo online: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009, p. 35-55.



KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla (org.). *Jornalismo online: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009, p. 57-74.

SALAVERRÍA, Ramon; NEGREDO, Samuel. *Periodismo integrado. Convergencia de médios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90, 2008.

