

Convergência jornalística e uso de bases de dados no trabalho jornalístico. Estudo do caso Correio*

Suzana Barbosa, Renato Alban

Universidade Federal da Bahia, Brasil

suzana.barbosa@gmail.com, renatoalban@hotmail.com

Resumo

O objetivo deste texto é analisar a compreensão e a implantação da convergência jornalística no jornal *Correio** e no site *Correio24horas*. Entendendo as bases de dados (BDs) como agentes importantes nesse processo, será observada ainda a forma como o cibermeio concebe e emprega as bases de dados na atividade jornalística. Apesar da busca das empresas de comunicação em implantar a convergência e o uso das BDs, nem sempre esse processo atinge a integração das ferramentas, espaços, profissionais, métodos de trabalho e linguagens. Paradoxalmente, as dificuldades perpassam os próprios interesses empresariais que ora estimulam a mudança, ora a temem.

Palavras-chave: Convergência jornalística, Jornalismo em base de dados, *Correio**.

Convergence journalism and use of database at journalistic work. Case study of Correio*

Abstract

The objective of this paper is to analyze the understanding and implementation of convergence journalism in the newspaper *Correio** and in the website *Correio24horas*. Understanding the use of databases (DBs) as an important agent in this process, will be also observed how the newspaper thinks and uses the DBs in journalism activity. Although the interest of media companies in implementing the convergence and the use of databases, this process does not always reach the integration of tools, spaces, professionals, working methods and languages. Paradoxically, the difficulties come from the corporate interests that sometimes stimulate the change, sometimes fear it.

Keywords: Convergence journalism, Database journalism, *Correio**.

AMÚTIPLA interpretação do conceito de convergência, por si só, constrói um novo panorama no jornalismo. Os veículos de imprensa buscam se adequar às novas tecnologias e aos desafios por elas impostos. Cautelosamente, as empresas de comunicação procuram usufruir das possibilidades e anseiam que elas não apenas deem fôlego aos veículos, como também diversifiquem o que é produzido atualmente. No ritmo industrial dos jornais, a convergência passa a ser compreendida como uma alternativa para os problemas enfrentados pelos veículos e, em geral, é adotada de maneira tão ágil quanto à evolução das novas tecnologias. Há tantas definições do conceito de convergência quanto redações explorando-a (Silcock, Keith *apud* Domingo, 2007).

Por outro lado, um importante aporte teórico-conceitual para compreender e delimitar as dinâmicas da convergência no jornalismo tem sido demarcado por autores como Salaverría, García Avilés e Masip (2008, 2010), Moreno (2009), Barbosa (2009), Salaverría e Negredo (2008), Dupagne e Garrison (2006), Lawson-Borders (2006), Stephen Quinn (2005) no trato do conceito de “convergência jornalística”. Nesse texto, empregamos a definição que trabalhada por pesquisadores espanhóis a partir do projeto “Convergencia Digital en los Medios de Comunicación en España (2006-2009)”, financiado pelo Ministerio de Educación y Ciencia. Conforme publicado em livro-coletânea de 2010 com os resultados da investigação, a convergência jornalística é compreendida por meio de quatro dimensões: tecnológica, empresarial, profissional, de conteúdos ou editorial e é assim conceituada:

“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, García Avilés e Masip, 2010: 59).

Neste texto, tem-se como objeto entender a diversificação da concepção de convergência jornalística derivada da urgência pela mudança dos veículos da imprensa e, por conseguinte, da sua implantação. Para traçar o panorama da concepção e da implantação da convergência em um veículo da imprensa, trabalhamos com o estudo de caso do cibermeio baiano *Correio** e do seu site correspondente *Correio24horas* (Grupo Rede Bahia), que em 2008 estreou novo modelo, após processo de reformulação total do antigo impresso, conduzido pela *Innovation Media Consulting Group*. Na reestruturação, a redação foi integrada e o novo site web do jornal foi lançado, incorporando, por exemplo, seção multimídia com vídeos, principalmente, e espaços para promover a interatividade com o público.

Compreendendo que as bases de dados (BDs) se consolidam como estruturantes da atividade jornalística (Machado, 2006, 2008; Barbosa, 2007, 2008; Barbosa, Torres, 2012), e como agentes singulares na implantação da convergência jornalística será analisado, além da situação e da concepção da convergência no *Correio**, o estado do uso das bases de dados na empresa e a forma como a própria as concebe. Para tal avaliação, foi adotada a concepção de Jornalismo Digital em Base de Dados, de acordo com a denominação do Paradigma Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD):

“O JDBD é o modelo que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da composição e da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que também vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização, a publicação e a circulação de cibermeios dinâmicos em multiplataformas” (Barbosa, 2007; 2008; Barbosa, Torres, 2012).

As propostas adotadas para convergência jornalística e para o JDBD trazem, portanto, conceitos que ultrapassam os limites do âmbito tecnológico. As tecnologias digitais incentivam e possibilitam os processos da convergência e da utilização das bases de dados no trabalho jornalístico, perpassando as áreas empresarial, profissional e editorial do veículo. Para entender de que maneira o *Correio** e o *Correio24horas* têm lidado com as mudanças adotadas, o estudo -

realizado no âmbito do projeto de pesquisa de Iniciação Científica, PIBIC/UFBA - foi fundamentado em três etapas:

1. Observação sistemática do site *Correio24horas*. Realizada entre os meses de agosto de 2011 e julho de 2012, com a captura de telas das *homes* principais e das seções, bem como de reportagens para análise mais detalhada, no período entre 16 e 20 de julho de 2012. Também cumpriu-se etapa de observação das rotinas na redação multimídia do cibermeio, entre os meses de abril e julho de 2012;
2. Realização de entrevista com o editor Multimídia do jornal e responsável pelo site *Correio24horas*, Gustavo Acioli, em 08 de junho de 2012, abrangendo avaliações, projeções e compreensões do próprio sobre a convergência jornalística e a sua implementação na empresa;
3. Aplicação da ficha de análise sobre o emprego de base de dados nos processos de apuração, produção, edição, publicação e circulação de conteúdos no *Correio**, em 07 de fevereiro de 2012, complementada com entrevista realizada também com o editor Multimídia, Gustavo Acioli.

Tentaremos, ainda, classificar qual o modelo presente no site *Correio24horas* com base nos níveis propostos por Silva Jr. (2001):

- Transpositivo. Como modelo eminentemente presente nos primeiros jornais online onde a formatação e organização seguia diretamente o modelo do impresso. Trata-se de um uso mais hermético e fiel da ideia da metáfora, seguindo muito de perto o referente pré-existente como forma de manancial simbólico disponível;
- Perceptivo. Num segundo nível de desenvolvimento, há uma maior agregação de recursos possibilitados pelas tecnologias de rede em relação ao jornalismo online. Nesse estágio, permanece o caráter transpositivo, posto que, por rotinas de automação da produção interna do conteúdo do jornal, há uma potencialização em relação aos textos produzidos para o impresso, gerando o reaproveitamento para a versão online. No entanto

há a percepção, por parte desses veículos, de elementos pertinentes à uma organização da notícia na rede;

- Hipermediático. Mais recentemente, podemos constatar que há demonstrações de uso hipermediático por alguns veículos online, ou seja: o uso mais intensificado de recursos hipertextuais, a convergência entre suportes diferentes (multimodalidade) e a disseminação de um mesmo produto em várias plataformas e/ou serviços informativos.

Sobre o caso em estudo: *Correio* e site *Correio24horas*

A Rede Bahia, o maior conglomerado de comunicação do Norte/Nordeste do Brasil, contratou a *Innovation Media Consulting Group*¹, empresa especializada em produtos editoriais que já trabalhou para jornais como *Expresso*, de Portugal, *La Nación*, da Argentina, e *O Globo, do Rio de Janeiro*, para resgatar o veículo que passava por dificuldades financeiras nos primeiros anos da década de 2000. Uma das decisões no processo de reformulação foi quanto à mudança do nome do periódico. Assim, o antigo jornal *Correio da Bahia* – fundado em 1978 –, foi renomeado, em 2008, apenas como *Correio** e um novo site web foi desenvolvido, sendo denominado como *Correio24horas*.

As mudanças no impresso passaram pelo design, linha editorial, equipe, formato - de *standard* ou *broadsheet* para *berliner*² – e até mesmo pelo preço do jornal, que foi reduzido para R\$1,00 de segunda a sábado e R\$1,50 aos domingos. Posteriormente os valores foram reduzidos para R\$0,50 e R\$1,00, respectivamente. E, a partir de 12 de agosto de 2012, aumentaram para R\$0,75 e R\$1,50. Com a reformulação, o *Correio** conseguiu alcançar a liderança entre os jornais em circulação na Bahia³.

1. <http://www.innovation-mediaconsulting.com/correio1>.

2. Sobre o formato, ver em: http://en.wikipedia.org/wiki/Berliner_%28format%29.

3. De acordo com o Instituto de Verificador de Circulação (IVC), o jornal ultrapassou o concorrente A Tarde em setembro de 2010, quando atingiu a circulação de 47.239. Entre 2009 e 2011, o jornal passou de 24 mil exemplares por dia para 61 mil, de acordo com o IVC. Ver em:

O novo site do jornal foi anunciado na mesma época e, desde então, disponibiliza o conteúdo gratuitamente, sem o leitor precisar ser assinante do jornal ou fazer um cadastro digital. Apenas para acessar a versão impressa no formato *page flip* de dias anteriores ao da edição do dia é preciso ser assinante. Segundo o editor Multimídia do *Correio**, Gustavo Acioli, os *page views* do site passaram de 400 mil (do antigo site do então *Correio da Bahia*) para 22 milhões atualmente. Além da *home* principal, o site é dividido em oito seções na barra horizontal: Notícias, Esportes, Agenda Cultural, Especiais, Blogs, Colunistas, Vc no Correio e Multimídia.

Outros produtos também foram criados a partir da mudança, como o aplicativo para plataformas móveis (no caso, *smartphones*) “Cadê meu trio”, ativo especificamente durante o período do carnaval, que foi desenvolvido em parceria com o portal de entretenimento da Rede Bahia, o *iBahia*. Um demonstrativo do que se pode considerar como interesse nesse tipo de dispositivo, chamados de “quarta tela” (Igarza, 2008). Lançado no carnaval de 2011, e ativo também em 2012, o aplicativo possibilita ao usuário acompanhar os principais acontecimentos da folia de Salvador, como também saber a localização de um bloco específico através do sistema GPS⁴. Tanto o “Cadê meu trio” como o próprio site *Correio24horas* foram desenvolvidos pela empresa Convergence Works, cujo slogan é “Nós acreditamos no mundo da convergência”.

Gustavo Acioli considera que o jornal – no formato adotado em 2008 – “nasceu” com a lógica da convergência. “Como a gente tinha uma condição de um jornal que não estava muito bem do ponto de vista do negócio, a gente teve a oportunidade de refazer tudo, de montar o jornal com essa lógica bem madura e bem definida”. Acioli também cita os totens colocados no Aeroporto Internacional de Salvador pelo *Correio** como outro exemplo do processo de

<http://www.anj.org.br/sala-de-imprensa/noticias-dos-associados/correio-e-destaque-em-conferencia-de-jornais-na-alemanha/>>. No ranking divulgado pelo IVC com os maiores jornais do país em 2011, o Correio aparece na 18ª posição, enquanto o A Tarde aparece em 23º lugar. Ver em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil/>.

4. Ler mais sobre o aplicativo em: <http://www.correio24horas.com.br/noticias/detalhes/detalhes-2/artigo/ache-seu-trio-ou-artista-pelo-celular-ou-pela-tela-do-seu-computador/>.

convergência pelo qual passa a empresa. Os aparelhos digitais possibilitavam às pessoas que passavam pelo local a ler as notícias do *Correio** e a carregar seus celulares nos totens.

No entanto, de acordo com o próprio editor Multimídia, o processo de convergência implantado no *Correio** ainda não abrange a convergência de meios (entre as plataformas móveis, o site e o jornal) e nem a de profissionais (com os jornalistas produzindo para plataformas distintas). Para Acioli, não haverá a convergência de profissionais no jornal, cujas redações do site e do impresso permanecem divididas, mesmo que, desde a reformulação de 2008, os profissionais do site tenham passado a trabalhar em um “aquário” dentro da redação do impresso.

Acioli ressalta que deve haver um estreitamento maior entre as redações do impresso e do online nos próximos anos, mas sempre mantendo a autonomia das duas. “A dinâmica industrial do jornal é tão nervosa, tão contra o tempo, que é bom preservar um pouco esse profissional [responsável pela versão online] para que ele tenha foco e produza bem o conteúdo”. Atualmente, o site conta com nove profissionais - entre editores, jornalistas e estagiários - que mantêm o site e as contas do jornal nas redes sociais Facebook, Orkut e Twitter. Um deles produz apenas para uma seção do portal. Na produção diretamente do impresso estão 69 jornalistas, entre repórteres, editores, e fotógrafos, incluindo também os estagiários. Considerando-se os diagramadores, infografistas e pessoal do setor administrativo, são 90 funcionários no total trabalhando para o jornal e para o site.

Convergências e divergências entre redação do impresso e do site

O *Correio24horas* tem a função de “rastrear” pautas para o jornal. O “radar”, como é chamada a redação da versão web do impresso, permanece em constante contato com os jornalistas que exercem a função de pauteiros no *Correio**. Os jornalistas do *Correio24horas* são responsáveis por apurar novas pautas, conferindo os outros portais da Bahia, como *A Tarde*, *Bocão News* e *Aratu Online*,

e ligando para delegacias da cidade, postos policiais, Transalvador e outros órgãos públicos, colhendo informações sobre homicídios, roubos, acidentes, etc. As informações obtidas nesse rastreamento são imediatamente lançadas no site, afinal a redação do *Correio24horas* valoriza, sobretudo, a constante atualização do portal. Caso a pauta demande uma apuração “in loco”, o repórter do impresso vai ao local ou aos locais necessários e ele pode passar as informações para o profissional do *Correio24horas*, porém o jornal *Correio** não exige formalmente esse contato entre jornalistas da versão online e do impresso. Outra distorção observada no processo produtivo é que nenhum repórter do site vai a campo para apurar. Fazem todo o trabalho da redação.

Além das matérias derivadas do rastreamento, o site conta com as reportagens produzidas para o impresso. Ao longo do dia, os repórteres do *Correio24horas* lançam no portal algumas matérias da edição impressa do dia. A reprodução sistemática das matérias do impresso demonstra um comportamento característico da primeira geração do jornalismo nas redes digitais, quando a versão online do jornal era basicamente a transposição das principais matérias de cada editoria para o site correspondente (Mielniczuk, 2003). Durante quase um ano da observação do site realizada para a pesquisa de Iniciação Científica (PIBIC), a atualização das seções de Notícias - com matérias de economia, política, segurança e comportamento – e Esportes foi realizada desta forma, com a transposição de matérias do impresso das editorias “Mais” – de caráter semelhante à seção de Notícias – e de “Esporte”, respectivamente.

Não é feita, nessas matérias, qualquer modificação além da formatação para a página do sistema de gestão de conteúdos do *Correio24horas*. Não se acrescenta à reportagem publicada no impresso vídeos, infográficos animados ou links externos quando ela é transposta para a web. Na matéria de capa da edição do impresso do dia 19 de julho de 2012, lançada no mesmo dia como a principal notícia do site, manteve-se, na versão online, o mesmo conteúdo do impresso.

A reportagem (figura 1, a seguir), sobre os cem dias da greve dos professores estaduais da Bahia, trazia fotos de alunos prejudicados, cartas dos estudantes sobre a rotina deles durante a paralisação e um infográfico que mostrava as etapas do movimento. O texto, as fotos, as cartas e o infográfico foram transpostos

da mesma forma para o site. Mesmo assim, a matéria teve quase cinco mil visualizações no site.

Nem mesmo a disseminação do conteúdo em diversas plataformas digitais é explorada ainda pelo veículo, já que o *Correio** não possui aplicativos nem para *tablets* nem para celulares, excetuando ações pontuais como o “Cadê Meu Trio”.

O editor Multimídia do jornal garante que esse cenário mudará com o tempo e que novas plataformas digitais serão oferecidas. Esse atraso em oferecer as versões *mobile* do *Correio** para plataformas como *tablets* e *smartphones*, segundo Acioli, deve-se ao fato da empresa fazer parte de um conglomerado, considerado por ele, avesso a mudanças.

“O desejo é que haja um núcleo multiplataformas dentro da nossa equipe do digital [*Correio24horas*]. A grande dificuldade que a gente tem hoje aqui é que a Rede Bahia é uma empresa muito ‘dura’ no sentido de buscar algumas iniciativas que não fazem muito parte do *core business*, do negócio central. Como é uma empresa muito grande, as estruturas também são muito tensas”
(Gustavo Acioli, 08 jun.2012).

Ele demonstra interesse em trabalhar junto aos profissionais do Departamento de Tecnologia da Rede Bahia para criar novas iniciativas, mas reconhece que o caráter incipiente do setor ainda causa temor pela possibilidade de não obterem o lucro desejado. Acioli adianta ainda que a versão do *Correio** para iPad (o *tablet* da Apple) já está garantida, porém, não informa quando será disponibilizada. “A gente está com um projeto já assinado, já pago para lançar o *Correio em iPad*”.

Figura 1: Transposição de matéria do jornal no site *Correio24horas*



Fonte: captura de tela em 19/07/2012

Apesar de o jornal e o site fazerem parte da Rede Bahia - conglomerado de comunicação que inclui, entre outras empresas, sete emissoras de TV, três emissoras de rádio FM e dois outros sites - tanto o jornal *Correio** quanto o *Correio24horas* têm pouco contato com as outras empresas. Segundo

profissionais do *Correio24horas*, eles trocam informações com a rádio *all news CBN Salvador* e com o portal *iBahia*, com o qual dividem o “aquário” dentro do jornal, mas ambos os contatos permanecem no âmbito da informalidade, dependendo de pontes criadas entre jornalistas das empresas. Não é realizado, por parte da Rede Bahia, qualquer incentivo formal para que os veículos troquem informações e, portanto, não se verifica um direcionamento do conglomerado quanto à efetiva implementação da convergência de meios, de profissionais, de conteúdos e mesmo tecnológica.

Emprego de BDs é incipiente nos processos jornalísticos

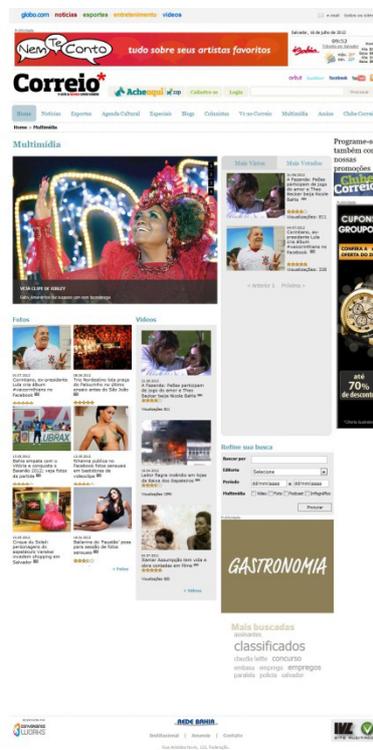
Com a aplicação da ficha de análise sobre o emprego de base de dados⁵ nos processos de apuração, produção, publicação e circulação do jornal *Correio** e do site *Correio24horas*, e da realização da entrevista com o editor Multimídia, Gustavo Acioli, verificamos que o uso das BDs nos processos jornalísticos é ainda incipiente. Atualmente, o impresso utiliza o software de gestão editorial e paginação GN3 (GoodNews3), enquanto o site usa o sistema de gestão de conteúdos (CMS) Typo3, um software livre. A redação do site utiliza bases de dados próprias para busca e recuperação de conteúdo e ainda há uma plataforma para o gerenciamento da publicidade em que os anunciantes podem se cadastrar.

Na plataforma Typo3, de acordo com Gustavo Acioli, estão integradas as etapas de produção, circulação e consumo (menos apuração). A convergência que ela permite, também segundo respondeu o editor na ficha de análise, é a de conteúdos. Quando perguntado sobre quais conteúdos produzidos pelo site estão

5. Esta ficha de análise foi desenvolvida entre outubro de 2009 e abril de 2010, no âmbito do Convênio Brasil Espanha (CAPES/DGU, 2007-2011). Está publicada no livro lançado em 2011 pela editora LivrosLabCom da Universidade da Beira Interior (UBI), Covilhã/Portugal. PALACIOS, Marcos (Org.). Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo (Volume 1: Modelos). Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111219-201110_marcos_palacios.pdf. A ficha foi revisada e atualizada em alguns dos seus itens em 05/01/2012, por Suzana Barbosa, com o objetivo de aplicá-la nos casos em estudo no seu projeto de pesquisa “Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) e Convergência Jornalística em Cibermeios” (PósCOM, PIBIC/UFBA).

estruturados em forma de bases de dados, Acioli informou que são desde textos, a fotos, infográficos, dados, vídeos e áudios (embora não se tenha encontrado esse último formato durante a observação, estando também ausente a denominação na seção Multimídia do site, embora apareça como opção na caixa de busca).

Figura 2: Seção Multimídia, site *Correio24horas*



Fonte: captura de tela em 16/07/2012

A plataforma de gestão de conteúdos permite a incorporação dos usuários nas etapas de produção e consumo, conforme atestado por Gustavo Acioli. Para realizar comentários a respeito das matérias, o leitor não precisa ser cadastrado.

O resultado do que foi mais lido, mais visto, mais comentado, ou mais enviado por email aparece nas estatísticas dinâmicas automatizadas ou Sistemas de Recomendação de Notícias (SRN) agregados ao site, com as seguintes denominações: “+Lidas”, “+Comentadas”, “Enviadas” e, em Multimídia, “Mais Vistos” e “Mais Votados”, além da seção Últimas. O site também oferece aos leitores-usuários a busca geral e específica. Nesta última, o leitor pode selecionar o período, o assunto (mundo, meio ambiente, imóveis, etc.) e/ou o formato do conteúdo (vídeo, foto, áudio/podcast e infográfico) em que se deseja fazer a busca. Dentre outras deficiências relativas ao uso das BDs no jornal *Correio** e na versão online, constata-se o distanciamento do leitor do processo de produção do conteúdo jornalístico.

A limitação do uso das bases de dados é um dos fatores que impossibilitam, também, a utilização mais ampla por parte do *Correio24horas* dos recursos da Web 2.0. O emprego mais bem implementado das BDs na versão online possibilitaria, por exemplo, a aplicação de novas técnicas e métodos para modificar a visualização dos conteúdos jornalísticos no site em relação ao impresso ou, até mesmo, para complementar o que foi veiculado no jornal e, por conseguinte, superar a simples transposição de conteúdo.

Porém, esse não parece o caminho mais provável a ser adotado pela empresa. Divergindo do Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (Machado, 2006, 2008; Barbosa, 2007, 2008; Barbosa, Torres, 2012), o editor Multimídia do jornal, Gustavo Acioli, faz uma distinção entre o uso das BDs e o trabalho jornalístico, apesar de reconhecer o potencial da ferramenta: “É uma área que dá para melhorar muito, que poderia ser muito útil, mas o nosso negócio não é necessariamente a pesquisa. Nosso negócio é a produção de conteúdo jornalístico”.

Identificou-se iniciativa de emprego de bases de dados no processo de apuração levada a cabo por repórteres da redação do impresso. Os jornalistas Juan Torres e Victor Uchôa fizeram levantamento de dados sobre casos de homicídios na capital baiana, registrando e organizando as informações coletadas a partir do site da Secretaria da Segurança Pública (SSP) em tabela do Excel, o que lhes permitiu mapear a situação até chegar em “1000 mortes” – o mote para a série

de reportagens publicada em julho de 2011⁶ pelo Correio* e com republicação também no site Correio24horas.

Considerações finais

Apesar da compreensão sobre convergência jornalística do editor Multimídia do Correio* e responsável pelo site Correio24horas, Gustavo Acioli, se aproximar daquela apresentada neste texto, a implantação desse processo no jornal está distante do conceito bem como das ações em prol da efetiva implementação da convergência. Não houve no impresso e na respectiva versão online Correio24horas a integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho ou linguagens, como se esperaria encontrar a partir do que foi anunciado quando do projeto de reformulação e da transformação da redação na que foi chamada redação multimídia. Há que se referir que tal projeto foi levado a cabo justamente por uma das consultorias que vêm trabalhando mundo afora para implantar o modelo de convergência em jornais de vários países.

As redações do site e do impresso permanecem utilizando bases de dados distintas e, apesar de dividirem o mesmo espaço físico, permanecem separadas por um “aquário”. Os jornalistas do portal ainda ficam limitados a esse local, que dividem com o *iBahia*, e ainda são submetidos a uma predominância do papel sobre a web, evidenciada pela função que assumem de “rastrear” pautas para o impresso e pelo próprio hábito de transpor as matérias publicadas para o site sem alterações significativas. Não há, portanto, uma adequação de linguagem na distribuição do conteúdo jornalístico para as diversas plataformas, no caso, para o jornal e para o online. Nem mesmo remissões para complementações de conteúdo em um ou outro meio são encontradas.

No texto “Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain”, David Domingo et al (2007) fazem observações sobre o processo da convergência jornalística que talvez ajudem a

6. A primeira matéria da série pode ser lida em: <http://www.correio24horas.com.br/noticias/detalhes/detalhes-1/artigo/violencia-uma-pessoa-e-assassinada-a-cada-4-horas-em-salvador-e-rms/>.

esclarecer as dificuldades e deficiências encontradas no jornal *Correio** e no site *Correio24horas*:

“A cultura profissional de diferentes repertórios de mídia, as prioridades do negócio, a atitude individual dos jornalistas; vários fatores têm um papel decisivo em moldar a evolução e o destino dos projetos de convergência (Singer, 2004; Boczkowski, Ferris, 2005; Klinenberg, 2005), e estudos revelam que as consequências da coordenação de produção e distribuição do conteúdo nem sempre são positivas para a qualidade das notícias, a satisfação dos profissionais ou mesmo os para os resultados do negócio” (Cottle, Ashton, 1999; García Avilés, 2006; Ketterer *et al.*, 2004 (*Ibidem*, p.02)⁷.

O mesmo motivo pelo qual buscou-se implementar a convergência jornalística no *Correio**, em 2008, impede o jornal de avançar no processo. Como apontado por Acioli, as prioridades da Rede Bahia não permitem ao jornal explorar mais a convergência, impedindo que se alcance um nível de maior consolidação desse processo convergente tanto no que se refere às práticas, quanto à coordenação para a publicação em distintas plataformas, à implementação de tecnologias para melhor integração dos fluxos de trabalho, e mesmo quanto ao investimento na capacitação das equipes.

Em relação ao site *Correio24horas*, mantêm-se o caráter transpositivo e a potencialização relativa aos textos produzidos para o impresso. Contudo, pela presença de um editor Multimídia, pela tentativa de unir fisicamente as redações e pela percepção da necessidade de uma organização da notícia em rede, considera-se que o site está em um segundo nível, nomeado de perceptivo por Silva Jr. (2001) e, portanto, ainda distante do terceiro e mais avançado estágio, denominado como hipermediático.

7. “The professional culture of different media backgrounds, business priorities, the attitude of individual journalists; several factors have a decisive role in shaping the evolution and face of convergence projects (Singer, 2004; Boczkowski and Ferris, 2005; Klinenberg, 2005), and studies reveal that the consequences of coordinating the production and distribution of content are not always positive for news quality, professionals satisfaction or even business results (Cottle and Ashton, 1999; García Avilés, 2006; Ketterer et al., 2004)”.

Referências

- ALVES, Rosental C. Jornalismo digital: Dez anos de web... e a revolução continua. In: Comunicação e Sociedade, vol. 9-10, 2006. p. 93-102.
- BARBOSA, Suzana. Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, Carla (Org.). Jornalismo On-line: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio: Sulina, 2009. p. 35-55.
- _____. Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em Interação com a Convergência Jornalística?. In: Textual & Visual Media. Revista de la Sociedad Española de Periodística. V.1. Madrid, 2008. p. 87-106.
- _____. Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD). Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. (Tese de Doutorado). FACOM/UFBA, Salvador, 2007.
- BARBOSA, S.; TORRES, V. Extensões do Paradigma JDBD no Jornalismo Contemporâneo: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. In: Anais XXI Encontro Compós. N. 21, v. 1. Juiz de Fora, MG: UFJF, 2012.
- DOMINGO, David et al. Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. In: 8th International Symposium on Online Journalism. Austin, Texas (EUA): 30 e 31 de Março de 2007. Disponível em: <http://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Domingo.pdf>. Acesso em 15 nov.2011.
- DUPAGNE, M.; GARRISON, B. The meaning and influence of convergence - a qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. *Journalism Studies*, vol.7, no.2, 2006.

- GORDON, Rich. Data as journalism, journalism as data. In: *Readership Institute*. Novembro de 2007. Disponível em: <www.readership.org/default.asp>. Acesso em 10 jun. 2012.
- IGARZA, Roberto. *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires La Crujia, 2008.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008. (Trad.: Susana Alexandria).
- LAWSON-BORDERS, Gracie. *Media organizations and convergence. Case Studies of Media Convergence Pioneers*. Mahwah, New Jersey: LEA, 2006.
- LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. *Convergencia Digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.
- LÓPEZ X.; TOURAL, C.; PEREIRA, X; BARBOSA, S. Bases de datos: herramientas básicas para otro *periodismo* posible. In: Revista *El Profesional de la Información*, vol. 18, nº3. Madrid, 2009.
- MACHADO, Elias. *O Jornalismo em Bases de Dados*. Florianópolis: Calandra, 2006.
- _____. Sistemas de *edição* no jornalismo em base de dados. Palestra de abertura da XVII Semana de Comunicação da UEPG. 2008. Disponível em: http://www.lapjor.cce.ufsc.br/home/index.php?option=com_k2&view=item&id=153:sistemas-de-edi%C3%A7%C3%A3o-no-jornalismo-em-bases-de-dados&Itemid=22. Acesso em 23 out. 2011.

MIELNICZUK, Luciana. *Jornalismo na web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. (Tese Doutorado). Salvador, UFBA, 2003.

_____. O Link como Recurso da Narrativa Jornalística Hipertextual. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17358/1/R1441-1.pdf>. Acesso em 15 ago. 2011.

MORENO, Plácido. *Reinventando el periódico: Una estrategia para la supervivencia de la prensa diaria*. Madrid: Euroeditions, 2009.

PALACIOS, Marcos (Org.). *Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo* (Volume 1: Modelos). Covilhã/Portugal: LivrosLabCom, Universidade da Beira Interior (UBI). Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20111219-201110_marcos_palacios.pdf.

PAVLIK, J.V.; MC INTOSH, S. *Converging media. A new introduction to mass communication*. New York/Oxford: Oxford University Press, 2011.

PEREIRA, X.; MACHADO, E; BARBOSA, S. et al. Análisis comparativo de la arquitectura de la información, bases de datos y gestión de la memoria en los cibermedios de España y Brasil. In: Actas II Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, 10/11/12 noviembre, Universidad del País Vasco, Bilbao, España, 2010.

QUINN, S. *Convergent Journalism. The Fundamentals of Multimedia Reporting*. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

SALAVERRÍA R.; GARCÍA AVILÉS. J.A.; MASIP P.M. Concepto de Convergencia Periodística. In: LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. *Convergencia Digital. Reconfiguração de los Medios de Comunicación en España*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

_____. Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. In: Actas I Congreso AE-IC. Santiago de Compostela, 2008.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. *Periodismo integrado – convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Sol90Media, 2008.

SILVA JUNIOR, José Afonso. A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso. Outubro de 2001. In: *Bocc.ubi.pt*. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/junior-jose-afonso-interfaces-mediadoras.pdf>. Acesso em 15 ago. 2011.

┌

|

└

—

—

└

|

┌