



ISSN 2179-4529 – ANAIS DO 4º SIMPÓSIO DE CIBERJORNALISMO

CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA: CONCEITOS E PERSPECTIVAS

Cleidson de Lima Silva¹

Resumo

A introdução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) nas redações reconfigura as práticas comunicacionais. Desta forma, este artigo pontua questões relacionadas à convergência jornalística, que envolvem novas atribuições profissionais, com inserção de múltiplos suportes, que, conseqüentemente, promove alteração na lógica de produção, distribuição e consumo das informações, antes restritas a um único canal. Estuda-se, assim, baseada em revisão bibliográfica de Negredo e Salaverría (2008), os conceitos de convergência jornalística para subsidiar pesquisa na verificação do processo convergente nas redações dos grupos de comunicação de Campo Grande (MS) nos âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e comunicacional.

Palavras-chave: Convergência jornalística. Redações integradas. Novos suportes. tecnologia.

Considerações iniciais

Não é de hoje que a internet rouba espaço dos veículos de comunicação tradicionais (tvs, rádios, jornais e revistas) e não é difícil de entender o porquê. Dados divulgados recentemente pelo IBOPE Nielsen Online² mostram que o acesso à internet no Brasil

¹ Jornalista, discente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFMS e membro do Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo (CIBERJOR/UFMS). Email: cleidson.lima@gmail.com

² Pesquisa completa pode ser acessada. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Total%20de%20pessoas%20com%20acesso%20%C3%A0%20internet%20atinge%2077,8%20milh%C3%B5es.aspx>. Acessada em: 9set2011.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





atingiu 77,8 milhões de pessoas no segundo trimestre de 2011, número 5,5% maior que o registrado no mesmo período de 2010. Em relação ao segundo trimestre de 2009, este número representa 20% a mais de usuários.

Redes sociais, blogs e fóruns foram acessados por 39,3 milhões de pessoas no Brasil. O Facebook foi o serviço mais utilizado, sendo acessado por 30,9 milhões de usuários. O Orkut, que até então liderava este segmento, ficou com 29 milhões de acessos únicos. O Twitter, por sua vez, atingiu a marca de 14,2 de usuários únicos no país.

Entre os que navegam na rede mundial de computadores, com idades que variam de 12 a 24 anos, 38% assistiram a alguma novela, filme, reality show, evento esportivo ou seriado na internet, em vez de usar o televisor ou o rádio. Em relação ao cinema, o número cai para 27% na mesma faixa etária (F/NAZCA, 2010)³.

O estudo da F/Nazca identificou também que a TV só perde para a internet entre os brasileiros de 12 a 15 anos e entre aqueles com ensino superior. Na classe AB, os dois meios empatam tecnicamente (TV com 43% e internet com 42%). Em seguida, vem o rádio, com 8%, jornais impressos, com 6%, e revistas, com 2%. Além disso, 60% dos internautas brasileiros trocaram os meios tradicionais, como TV, rádio ou cinema, para assistir ou ouvir programas ou filmes e 59% preferem consultar notícias na TV. Comercialmente, a internet também se torna forte, fica atrás apenas das rádios e TVs na preferência dos anunciantes, segundo a pesquisa IBOPE Nielsen de 2011.

As mudanças que ocorrem no Brasil, e que se repetem em várias partes do mundo, afeta diretamente os veículos de comunicação tradicionais, tais como emissoras de tv, rádios, jornais e revistas. Segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação), órgão filiado à International Federation of Audit Bureaus of Circulations, o jornal Folha de S.Paulo, o

³ Dados completados podem ser acessados. Disponível em <http://www.fnazca.com.br/index.php/2010/11/29/brasil-tem-813-milhoes-de-internautas-em-acao/>. Acessado em: 29nov2011.





maior do Brasil, em 1993 chegou a circular com 1,1 milhão de exemplares. Em 2011, a tiragem caiu para 295 mil exemplares.

O grande desafio dos grupos midiáticos tradicionais, no entanto, é como fazer esta integração, que vai muito além de juntar, em um mesmo sítio web, os textos, vídeos, fotos e áudios.

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

Segundo Negredo e Salaverría (2008, p.45) a este processo, deu-se o nome de convergência jornalística.

Propicia uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas produzam conteúdo que se distribuem por meio de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma delas (NEGREDO E SALAVERRÍA 2008, p.45).

No Brasil e no mundo, milhares de veículos de comunicação tradicionais buscam uma receita para a coexistência dessas mídias como forma de alavancar visitas aos seus sítios web e, conseqüentemente, conseguir anunciantes para pagar os investimentos.

A utilização da internet, passada a fase inicial dominada pelos pequenos empreendedores, desperta a atenção de grandes grupos empresariais. Emissoras tradicionais buscam expandir seus serviços para a rede mundial de computadores e vêm colhendo resultados promissores. (FERRARETO e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 177).

Em nosso país, iniciativas de grandes grupos, como Rede Globo, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, Rede Record, entre outros, mostram que este é o caminho.

A CBN, com sede em São Paulo, que detém audiência média de 25 mil ouvintes por minuto, somadas suas frequências em AM e FM, já contabiliza mais de 70 mil assinantes de podcasts de seus



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





principais comentaristas. Outro indício desta aproximação crescente pode ser verificado na WHTZ, emissora em FM de Nova Iorque que funciona com o nome fantasia Z100. Operando no formato Top 40 (CHR)3, com 5 milhões de ouvintes e o site mais acessado entre as estações dos Estados Unidos, apresenta intervalos comerciais diferenciados para o público que acompanha as transmissões via computador: o áudio de alguns spots – em geral, de anunciantes com presença global, como cartões de crédito e indústrias automobilísticas – faz referência a imagens e a textos de banners, um procurando interagir com o outro (FERRARETO e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 177-178).

Em Campo Grande, a convergência jornalística nas redações começou a apontar alguns modelos e reconfigurações. O grupo Correio do Estado, por exemplo, com conglomerado que agrega rádios, TVs e jornal impresso, inseriu em sua grade também o jornalismo digital com a implantação do seu sítio web em 2001. A partir de 2011, contudo, o processo de convergência se instaurou de maneira mais evidente com a consolidação de uma redação específica para o meio online com o direcionamento e contratação de editores e repórteres exclusivos. A reconfiguração da estrutura da redação, com integração de reuniões de pauta, bem como espaço físico passaram a ser adotadas neste mesmo período.

Jenkins (2006) explica que diferentemente da revolução digital que as novas mídias substituiriam as antigas, o paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias vão interagir de forma mais complexa. Desta forma, este artigo pontua questões relacionadas à convergência jornalística, que envolvem novas atribuições profissionais, com inserção de múltiplos suportes, que, conseqüentemente, promove alteração na lógica de produção, distribuição e consumo das informações, antes restritas a um único canal. Estuda-se, assim, baseada em revisão bibliográfica de Negredo e Salaverría (2008), os conceitos de convergência jornalística para subsidiar pesquisa na verificação do processo convergente nas redações dos grupos de comunicação de Campo Grande (MS) nos âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e comunicacional.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





Redações integradas: Convergência jornalística, midiamorfose e remediação

Previsões apocalípticas desencadeadas após o surgimento de uma evolução nos processos comunicacionais (SAAD, 2003) são permanentes no contexto comunicacional com a introdução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Falou-se na substituição do rádio pela televisão, bem como a morte do jornal impresso frente à internet, enfim, dos veículos de comunicação tradicionais a cada novo recurso midiático. Beth Saad (2003), em seu livro *Estratégias da Comunicação Digital*, explica que as previsões não se concretizaram, pois as “novas mídias não surgem de forma espontânea e independente, mas sim de uma metamorfose das velhas mídias que, por sua vez, não morrem, mas evoluem e se adaptam as transformações” (SAAD, 2003, p. 56).

Nesta interpretação, Ferrareto e Kischinhevsky (2010), cita Roger Fidler (1997), em seu trabalho *Mediamorphosis, understanding new media*, para descrever a evolução dos meios.

Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos. E quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando (FIDLER, 1998, p. 57, *apud* FERRARETO e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 175).

As modificações ocorridas com a introdução de tecnologias da informação nos meios apresenta um novo campo para pesquisa acadêmica conceituada por convergência midiática (CANAVILHAS, 2012). O levantamento feito por João Canavilhas (2012) identifica que inicialmente as investigações centraram-se em reorganizações dos grupos de comunicação, bem como novas atribuições profissionais para o jornalista para, posteriormente, abranger tecnologia e conteúdo.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





Numa primeira fase os investigadores concentraram-se nos processos de convergência dentro das, nomeadamente nas questões relacionadas com a reorganização empresarial (KETTERER et al., 2004; QUINN, 2005) e com as rotinas profissionais dos jornalistas (SALAVERRÍA, 2003; MASIP; MICÓ, 2009; VERWEIJ, 2009) . Mas cedo se percebeu que a convergência influenciava uma área mais vasta. A migração dos meios tradicionais para a Internet e a rápida evolução tecnológica mostraram que a convergência era um fenômeno transversal que ocorria também no campo dos conteúdos (CÁDIMA, 1999; QUINN; FILAK, 2005), na distribuição de notícias (BRUNS, 2003; CABRERA, 2010) e no consumo de informação (BOWMAN; WILLIS, 2003; JENKINS, 2006; SUNDET; YTREBERG, 2009).

Movido pela reconfiguração social, a ideia de convergência proposta por Jenkins (2006) não é pautada pelo determinismo tecnológico, mas fundamentada em uma perspectiva culturalista. O autor ressalta que a convergência não ocorre em aparelhos, mas nos cérebros dos consumidores em suas interações sociais com os outros. Neste contexto, Jenkins (2006) conceitua o fenômeno como:

É o fluxo de conteúdo que perpassa múltiplos suportes e mercados midiáticos, considerando o comportamento migratório percebido no público, que oscila entre diversos canais em busca de novas experiências de entretenimento (JENKINS, 2006, p.29).

No contexto comunicacional, por sua vez, García Avilés e Salaverría (2008), explicam que a convergência tende a configurar um cenário midiático em que os meios tradicionais, antes competitivos, agora passam a ser aliados e possibilitam um reforço da imagem da empresa informativa e permitem dar a ela um caráter inovador, além de permitir atingir uma audiência mais ampla.

A integração de formatos também está entre as interpretações do estudioso John Pavlik (2004 *apud* SAAD, 2009) para convergência.

É definida em termos da integração dos formatos midiáticos num ambiente digital, alimentados por forças econômicas e tecnológicas, exercendo profunda influência nestes relacionamentos, de forma implícita ou explícita (PAVLIK, 2004, p.3 *apud* SAAD, 2009, p. 325).

A abrangência da temática levam os autores a pensar convergência como um processo multifatorial (CANAVILHAS, 2012) a exemplo de Salaverría (2003). Esta



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





reconfiguração das práticas comunicacionais, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação.

A **empresarial**, considerando as dinâmicas de multiplicação dos meios em um empreendimento de comunicação e sua integração comercial e editorial; a **tecnológica**, caracterizada por uma revolução instrumental nos processos de composição, produção e difusão da informação, com uso de sistema de gestão de conteúdo e dispositivos de hibridação midiática; a **comunicacional**, que a pressupõe a criação de uma nova retórica informativa com a introdução da linguagem hipermídia; e a **profissional**, com a transformação dos processos de trabalho do comunicador: aceleração na produção, ampliação das responsabilidades e atuação em múltiplas áreas temáticas, executando tarefas diversificadas. (SALAVERRIA, 2003, *apud* SAAD 2009, p. 325-326)

De forma mais detalhada, Ferrareto e Kischinhevsky (2010) também descrevem os eixos que envolvem o fenômeno da convergência jornalística estabelecido por Salaverría (2003).

a) **Tecnológico** – Engloba a infraestrutura de produção, distribuição e recepção de conteúdos em suportes digitais, tais como computadores, gravadores, softwares de edição e gestão de conteúdos, bases de dados, redes de fibra óptica etc. b) **Empresarial** – Compreende a origem e a composição dos capitais que controlam os grupos de comunicação, suas alianças, fusões e aquisições, participações societárias cruzadas etc. c) **Profissional** – A integração de estruturas para produção de conteúdos a serem distribuídos em múltiplos suportes, às mudanças nas rotinas e nas relações de trabalho e as questões relacionadas à formação e à qualificação de mão-de-obra em ambiente multimídia. d) **Dos conteúdos** – A produção de conteúdos, com a exploração de novas linguagens e formatos possibilitados pela hibridização de formas simbólicas desenvolvidas para difusão em multiplataforma (FERRARETO e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 176).

Canavilhas (2012) ressalta que o que difere a interpretação dos conceitos expostos é o conteúdo que para autores como Jenkins (2006) são desconsiderados como característica da convergência midiática, enaltecendo, apenas a possibilidade de distribuição multimídia, sem a adaptação da linguagem para os canais. O autor português defende que quando é desconsiderada a adaptação do conteúdo para cada



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





suporte, o fenômeno deve ser caracterizado como remediação, uma das fases do processo convergente (CANAVILHAS, 2012). Para conceituar o autor faz uso da denominação feita pelos autores Bolter e Grusin (1999).

Por remediação (*remediation*) entende-se o processo de renovação de velhos conteúdos efetuado pelos novos meios. Ou seja, os novos meios de comunicação renovam (*refashion*) os conteúdos dos anteriores, permanecendo desta forma uma ligação entre novos e velhos meios. Este processo pode ocorrer em diferentes níveis: no caso dos meios digitais, o nível pode variar entre uma melhoria discreta do meio antecessor, mantendo algumas das suas características, até remediações mais profundas, em que o novo meio digital tenta absorver completamente o anterior. (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 224 *apud* CANAVILHAS, 2012, p.9)

Nesta busca de enaltecer nomenclaturas, Canavilhas discorda da afirmação dos autores ao afirmar que no campo dos conteúdos - convergência e remediação são a mesma coisa.

No campo dos conteúdos, os autores consideram que “convergência” e “remediação” são semelhantes, dizendo mesmo que “*convergence is remediation under another name*” (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 224 *apud* CANAVILHAS, 2012, p.9)

Uma releitura dos estudos de Bolter e Grusin (1999), citados por Saad (2003), explica o conceito para apresentar a instantaneidade contraditoriamente ao aprofundamento de conteúdo possibilitado pela hipermídia como processo de remediação.

(...) nossa cultura busca ao mesmo tempo multiplicar seus *media* e destruir todas as formas de mediação: idealmente, se quer destruir o meio no exato instante em se tenta multiplica-lo. Nessa última década do século XX estamos na privilegiada posição de vivenciar a remediação, devido ao rápido desenvolvimento das novas mídias de comunicação e a quase imediata reposta das mídias tradicionais. Os velhos meios eletrônicos e impressos estão continuamente evocando a lógica dupla da instantaneidade e da hipermídia em seus esforços de adaptação do mundo digital. (BOLTER e GRUSIN, 1999 *apud* SAAD, 2003, p. 56).



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





Para fins de nomenclatura e compreensão da temática cabe aqui explicar as diferenças entre convergência e remediação, sendo este último restrito à acumulação de conteúdos, distribuído em um mesmo suporte, sem adaptação de linguagem.

Enquanto a convergência implica necessariamente uma nova linguagem que integre os conteúdos anteriores, a remediação pode ser uma acumulação de conteúdos de diferentes origens distribuídos numa mesma plataforma. Nesse sentido, a convergência é sempre uma remediação, mas nem todas as remediações podem ser consideradas uma convergência porque esta última implica integração e não uma mera acumulação de conteúdos (CANAVILHAS, 2012, p.9-10).

Desta forma, no contexto jornalístico, a convergência é uma oportunidade de renovação frente as demandas do público do século XXI.

A relação indissolúvel entre comunicação e tecnologia coloca o comunicador contemporâneo em constante exercício de correlação entre a ciência das TICs – Tecnologia de Informação e Comunicação e a arte de comunicar (SAAD, 2009, p. 324-325).

Jornalismo convergente

Na teoria, a convergência deveria ser um processo mais natural e pouco traumático, em virtude da evolução da tecnologia. Na prática, no entanto, esta integração mostra-se bem mais complexa. García e Salaverría (2008) enfatizam que a convergência segue uma sequência evolutiva.

O grau mínimo corresponde àquelas empresas jornalísticas cujos meios mantêm uma situação de plena desvinculação, tanto no que se refere a suas redações como a seus respectivos conteúdos e processos de trabalho; são meios independentes para todos os efeitos. Nos graus sucessivamente mais convergentes, tanto as equipes das redações quanto os conteúdos de distintos meios tendem a se coordenar cada vez mais entre si (mediante as estratégias de promoção cruzada de conteúdos, planificação combinada, etc), até culminar hipoteticamente no grau máximo da convergência: a integração (GARCÍA e SALAVERRÍA, 2008, p.34).

Para os autores, não basta aplicar novas tecnologias ou munir jornalistas com instrumentos e ferramentas modernas para que aconteça, conseqüentemente, toda a



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





convergência de uma redação. O processo orgânico sobre o qual discorrem é muito mais complexo do que simplesmente implantar novos padrões tecnológicos.

Para Schiaretta (2006), a essência da prática jornalística não mudou. Ainda é preciso apurar os fatos, escrever o texto, fazer um bom título, ser rápido, objetivo e independente. No entanto, o autor frisa que o jornalista multimídia necessita de novas habilidades, tais como ousar e tentar novas formas de comunicar, conhecer as especificidades do meio, entender e aprender a usar as ferramentas desse meio convergente, tais como softwares de tratamento de imagens, captura e edição de vídeo e áudio, utilizar os recursos das redes sociais, entre outros.

Marcondes Filho (2000) alerta que os jornalistas podem acabar gastando boa parte do seu tempo em atividades voltadas para a forma e não para o conteúdo, atuando como um especialista em gráficas, ícones e tratamento de dados.

Salaverría e Negredo (2008) dividem a polivalência dos profissionais de redação em dois tipos: a **funcional** e a **midiática**.

A primeira acontece quando um profissional (redator, locutor, fotógrafo, etc) assume outras tarefas instrumentais que não fazem parte da sua especialidade. Na polivalência midiática, um único conteúdo jornalístico é gerado para diferentes meios e canais de uma mesma empresa, ou seja, a mesma notícia é veiculada no sítio web, na rádio, no jornal impresso ou na tv (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 48)

Para muitos autores, o “calcanhar de Aquiles” na convergência jornalística é a integração das redações e dos próprios profissionais em prol de um produto convergente. No entanto, Salaverría (2009, p.409) diz que as empresas devem mudar a estrutura de trabalho e as premissas que guiam as atividades diárias de seus profissionais e não o contrário. Ele também reconhece que os próprios jornalistas começam a se dar conta de que, polivalentes ou não, sua forma de trabalhar já não pode ser considerada a mesma.



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





García e Carvajal (2008, p. 229) dizem que o maior desafio da convergência das redações é a capacitação dos profissionais que lidarão com o meio convergente.

Por um lado, os profissionais mais antigos, experientes no fazer jornalismo nos meios tradicionais, têm dificuldade em aprender as novas tecnologias; por outro, os jornalistas recém-formados, com total intimidade com os novos meios e recursos eletrônicos, têm pouca ou nenhuma experiência nos meios tradicionais e foca sua pesquisa por fontes e assuntos essencialmente na internet (GARCÍA E CARVAJAL, 2008, P. 229)

Considerações finais

Há muito tempo que muitos autores, escritores e analistas condenam um determinado meio de comunicação à morte assim que uma novidade aparece. Os mais radicais, no entanto, não se contentam em matar somente o meio e já profetizam o fim do jornalismo como um todo, como se todo o conteúdo postado no meio virtual, elaborado pelo mesmo profissional de um veículo tradicional, por uma passe de mágica deixasse de ser uma notícia.

Segundo o Dicionário Caldas Aulete, jornal é qualquer publicação periódica (semanal, mensal etc.) que divulga notícias. O rádio é o aparelho que recebe sinais radiofônicos e os decodifica, transformando-os em som. Já a definição de tv é pura e simplesmente o aparelho receptor de imagens e sons televisionados. Agora que foram apresentadas as vítimas, quem realmente é o executor? Qual equipamento ou material é o meio símbolo que permite acessar a internet? Historicamente, o computador de mesa que conhecemos (também chamado de desktop), ainda hoje é o meio mais utilizado para acessar a grande rede mundial de computadores.

Neste caso, podemos definir, portanto, que a guerra dos meios de comunicação será travada entre o papel, o rádio, a tv e o computador de mesa? Quando a disputa é colocada dessa forma, soa meio estranho, mas é exatamente isso o que está sendo feito atualmente. O fato é que o próprio computador que conhecemos hoje está sofrendo



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





mudanças radicais e, futuramente, será lembrado como as antigas máquinas de escrever. Em 2011, segundo uma pesquisa feita pela Intel, as vendas de notebooks, smartphones (celulares com recursos avançados) e tablets (dispositivo eletrônico em forma de prancheta) superaram as de computadores de mesa. Portanto, se os computadores deixarem de ser fabricados, a internet acabará? Provavelmente não e, junto com ela, o jornalismo permanecerá, só que com mais possibilidades.

Não se sabe bem qual será o meio dominante na publicação de notícias no futuro. Durante sua palestra na Consumer Electronics Show 2012 (CES), em Las Vegas-EUA, o vice-presidente sênior e gerente geral da Corning, James Steiner, fabricante do Gorilla Glass (vidro que hoje equipa os principais celulares e tablets do mercado), defendeu que, no futuro, as notícias estarão em toda a parte, seja no espelho do banheiro, na mesa de jantar, na janela do apartamento ou em um edifício inteiro. A única coisa que se sabe é que o jornalismo sobreviverá e, para isso, os profissionais, como as tecnologias, precisarão evoluir também.

Referências

CANAVILHAS, João. **Da remediação à convergência: um olhar sob os media portugueses**. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/369/362>. Acessado em: 20jun2013.

GARCÍA, AVILÉS, José Alberto; CARVAJAL, Miguel. **Integrated and Cross-media Newsroom Convergence Two Models of Multimedia News Production** – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 14(2), p. 221-239. Sage, 2008.

FERRARETO, Luiz; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação**. Disponível em



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com





<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8185/5873>.

Acessado em: 20jun2013.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Convergência nas redações**: Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla (org). *Jornalismo On-Line: Modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009.

PESQUISA F/RADAR. 7.ed. abril 2010. Acesso em: <http://www.fnazca.com.br/wp-content/uploads/2010/11/fradar-7.pdf>. Acesso em 29 de outubro de 2011.

PESQUISA IBOPE NIELSEN ONLINE. Março de 2011. Acesso em: <http://www.ibope.com.br>. Acesso em 29 de outubro de 2011.

SAAD, Elizabeth. **Estratégias para mídia digital: internet, informação e comunicação**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

SAAD, Beth. **Comunicação digital: uma questão**. Revista *Organicom*. Ano 3, segundo semestre de 2005. Disponível em: <http://revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/.../175>. Acessado em: 11jan2012.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, José Alberto. **La convergência tecnológica em los médios de comunicación**: retos para el periodismo. *Trípodos*, número 23, Barcelona, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado**: convergência de médios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008, 188p.

SCHIARETTA, T. **Qualidade editorial em um mercado multimídia**. In: *Seminário Internacional Imprensa Multimídia/ as redações de terceira geração*, 2006, Brasília.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2006



Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo – CIBERJOR-UFMS
Cidade Universitária, s/n - Caixa Postal 549 Tel: (67) 3345-7040
CEP 79070-900 * Campo Grande (MS) *
www.ciberjor.ufms.br - ciberjornalismo.ufms@gmail.com

