

CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: A INTERNET COMO FERRAMENTA JORNALÍSTICA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE ALTO TAQUARI-MT ¹

Claudinéia Rodrigues dos SANTOS ²

Cálita Fernanda Batista de PAULA ³

Antonia Alves PEREIRA ⁴

Resumo: O objetivo deste trabalho é analisar e mapear os meios de comunicação de Alto Taquari-MT, observando a interatividade do veículo no relacionamento entre leitores e profissionais da comunicação. Pretendemos examinar as ferramentas disponíveis e como são apresentadas e utilizadas pelo leitor. No mapeamento foram identificadas quatro plataformas: o jornal online *O Imparcial 7*, o blog *Alto Taquari em Pauta*, o canal de televisão *TV Taquari - afiliada da Rede Record* e a rádio *Nascente FM*. Vale ressaltar, que os meios de comunicação estão passando por um processo de convergência tecnológica, utilizando a internet como ferramenta jornalística para produção de notícia. O artigo analisa as notícias veiculadas durante sete dias, sendo complementadas pela história do veículo, suas editorias, os critérios de noticiabilidade, a participação do público e o teor jornalístico de cada notícia.

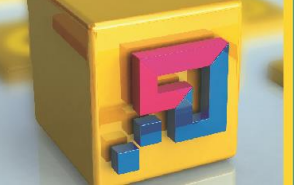
Palavras-chave: Alto Taquari; produção jornalística; mapeamento; convergência tecnológica; meios de comunicação.

¹ Artigo enviado na modalidade “Novas narrativas e convergência em ciberjornalismo”

² Estudante de Graduação do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat). Bolsista no projeto (2013) “Em busca de uma tutela eficiente as Vitima da Criminalidade” na Promotoria de Justiça de Alto Araguaia MT. Atuou no projeto Focagen (2012) Agência de Jornalismo, um projeto que visa atender a demanda por informação da região, de forma colaborativa com os estudantes da rede pública de ensino do município de Alto Araguaia. E-mail: claudia-santos20@hotmail.com

³ Estudante de Graduação do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Unemat. Atuou como tutora (2013) na instituição, nas disciplinas de “Teorias da Comunicação” e “Análise Crítica da Mídia e Semiótica”. Colaborando como bolsista de Iniciação Científica (2012) no projeto de pesquisa: “Educação & Emancipação”. Atualmente Tutora em Radiojornalismo I, participa de um projeto de pesquisa “Rádio e Convergência”. E-mail: kalitinha_fernanda@hotmail.com

⁴ Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP) na linha de pesquisa “Comunicação e Educação”; Especialista em Educação a Distância (Senac-RJ, 2008). Jornalista graduada em Comunicação Social (UFMT, 2000). Professora Assistente da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat). Sócia fundadora da Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação (ABPEducom), e Diretora de Comunicação da ABPEducom. Pesquisadora colaboradora do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE-USP). E-mail: antoniaalves@unemat.br



1. Introdução

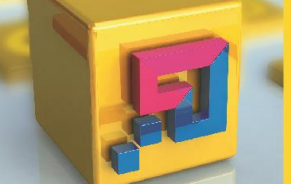
A sociedade vive hoje uma realidade cujo fator principal de desenvolvimento é a informação, dentro de um contexto de inovações tecnológicas que caminham em ritmo acelerado. Tal avanço tecnológico, aliado à necessidade da troca de informação, criou um ambiente propício para que os meios de comunicação se desenvolvessem e ocupassem um lugar central e influente na sociedade.

Vemos nascer um novo paradigma dentro do processo comunicacional: a convergência dos meios. No emergir deste fenômeno, novas e antigas mídias interagem de forma complexa e inesperada, alterando significativamente nossa relação não só com os meios de comunicação, mas também nossas relações sociais, políticas e culturais. Esta tecnologia possibilita que todos nós possamos ser não só consumidores de informação, mas também produtores e, desta forma, expandir nossa participação nos processos democráticos.

Considera-se que a internet tem atraído cada vez mais a atenção de pesquisadores como um novo espaço social no qual são gestadas novas formas de comunicação e convivência. Os canais midiáticos do ciberespaço, jornais *online*, *blogs*, *webtv* e *webrádios*, instauram novos formatos noticiosos nas plataformas *online*, graças à constituição de gêneros ciberjornalísticos. Diante disso, a pesquisa teve como base investigar os valores-notícias e critérios de noticiabilidade por meio da análise de dados coletados durante sete dias em quatro veículos de comunicação encontrados na cidade de Alto Taquari-MT.

Haja vista, que as sociedades contemporâneas vivem uma virtualização dos meios de comunicação, o que adiciona outra dimensão ao debate. É esta nova realidade que pretendemos analisar. A complexidade deste fenômeno se dá não só pelo aumento das interações, mas pelo número de efeitos que o acompanham. Quando buscamos a compreensão do novo cenário comunicacional, torna-se limitante a abordagem de um só aspecto. Qualquer análise desta virtualização deve ser vista por vários ângulos.

Nessa mesma dinâmica, os meios de comunicação de Alto Taquari passam por um processo de convergência tecnológica, o que implica uma reorganização do processo de produção jornalística, com consequências sobre o que costumamos chamar de cultura jornalística. As tecnologias digitais têm favorecido, senão o surgimento, a consolidação do



jornalismo de tipo cidadão, com a proliferação dos recursos de interatividade, dos *blogs*, *chats* e de sites de disponibilização de vídeos que tendem a reconfigurar os valores jornalísticos e a relação entre jornalismo e público.

2. Alto Taquari em sua essência

A cidade de Alto Taquari (482 km da capital) localiza-se na região sudeste de Mato Grosso com população de 8.072 habitantes e área de 1.416.528 km². Sua primeira denominação foi Cabeceira, após alguns anos passou a ser chamada de Taquari em referência à nascente do Rio Taquari, que fica muito próxima à sede municipal. Povos indígenas, antigos habitantes da área, usavam a haste da taquara, abundante na região do rio, para fabricar cachimbos e flechas. O nome Alto Taquari foi escolhido através da Associação de Amigos de Alto Taquari, após ampla discussão com os moradores da cidade. Cogitou-se também, a possibilidade do nome da cidade ser São José do Taquari, em homenagem ao santo padroeiro. As bacias hidrográficas que rodeiam a cidade são a Bacia do Prata (Taquari) e Bacia Amazônica (Araguaia), considerando que o rio Taquari deságua no rio Paraguai.

3. As Vantagens da versão online: O Imparcial 7

De fato, o jornalismo tradicional, em especial o impresso, vem experimentando um conjunto significativo de mudanças que coincidem com a ascensão da internet. Alguns autores identificam uma crise no jornalismo impresso, fruto do declínio de credibilidade, influência do marketing sobre as rotinas de trabalho e linhas editoriais, que se reflete em queda geral de leitores. Isso também ocorre nas outras mídias. Nos últimos anos, todos os setores de informação, com exceção da internet, vêm perdendo público (RAMONET, 2005). O que está em andamento, tem relação direta com uma alteração na relação entre o leitor e os jornais.

Com isso, os veículos de comunicação começaram a disponibilizar o seu conteúdo na internet. Aos poucos o jornal, a revista, o rádio, a televisão, conquistaram espaço exclusivamente *online*. As grandes vantagens dessa mudança é que um número maior de

peças em um espaço geográfico mais amplo pode ter acesso ao conteúdo. No ambiente *online*, os veículos, de maneira especial os jornais impressos, passam a utilizar da multimídia – uma das características do ciberjornalismo⁵ – para fornecer além do texto e da fotografia, vídeos e sons que complementam as notícias. O fato das edições anteriores estarem disponíveis e ligadas a motores de pesquisa (memória) é também uma característica marcante na comunicação online, pois não é necessário percorrer as páginas de todas as edições, basta digitar uma palavra-chave para ter acesso à informação desejada.

Os principais fatores da migração dos meios de comunicação para a internet é a interatividade, a instantaneidade e a multimídia do veículo. Outro motivo é a diminuição dos gastos tidos com o jornal enquanto impresso. Um exemplo dessa migração visando à diminuição de gastos é o jornal online *O Imparcial 7*⁶ de Alto Taquari que, a princípio era impresso e conhecido como *Imparcial News*, migrou para a internet, e atualmente existe apenas sua versão *online*.

Com objetivo de noticiar acontecimentos de toda região do Vale Araguaia, o *O Imparcial 7* atende cidades como: Alto Araguaia-MT, Araguainha-MT, Riberãozinho-MT, Alto Garças-MT, Santa Rita do Araguaia-GO, Mineiros-GO, Vila Rica-MS, Ponte Branca-MT. O jornal procura atender o interesse público, abordando assuntos diversificados.

Para José Cleves (2009), o interesse público é o que mexe com o bolso, com o destino, com a qualidade de vida do cidadão, despertando o interesse coletivo por questões como o patrimônio, propriedades e variações no custo de vida; as inquietações políticas de maior relevância; o clima de insegurança; os prejuízos aos cofres públicos ou qualquer

⁵ Para Mielniczuk (2001), o ciberjornalismo orienta-se pela instantaneidade (possibilidade de enviar conteúdo jornalístico poucos minutos após captar ou produzir o material); interatividade (criação de canais de estreitamento com internautas); perenidade ou memória (capacidade de armazenar as informações, e essa informação pode ser recuperada rapidamente com busca rápida); multimídia (mescla entre textos, áudios, vídeos e fotos, com possibilidade de várias leituras); hipertextualidade (conexão de peças jornalísticas a partir de marcadores que levam a outras elaborações) e personalização (como toda a informação está sendo tratada por computadores, é rápido colher informações sobre usuários/leitores e oferecer a mídia que mais interessa a ele).

⁶ O jornal online *O Imparcial 7* está disponível no site <<http://www.oimparcial7.com.br/>>.

medida política de maior impacto no orçamento e no futuro da população, em suas necessidades básicas.

O veículo não é segmentado e possui várias editorias, como: agronegócios, entretenimento, gastronomia, meio ambiente, Brasil, cidades, obras, cultura, economia, educação, esportes, geral, política, política MT, saúde, policial e publicações. Ainda apresenta conteúdo em forma de artigos, galeria de fotos, notícias sobre eventos e vídeos.

Uma das deficiências do jornal é que ele não recebe uma atualização diária. Só é publicada alguma informação no site quando a notícia gera “impacto”. De acordo com Nelson Traquina, o valor-notícia de uma matéria que gera impacto é a relevância. “Este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas.” (TRAQUINA, 2005, p. 80). Neste caso, a noticiabilidade está relacionada à capacidade do acontecimento de ter impacto sobre as pessoas.

Podemos considerar que as matérias analisadas estão relacionadas mais à publicidade que ao jornalismo em si. Esta prática é percebida quando o veículo cobre notícias de empresas das quais recebe patrocínio. Isso não quer dizer que a publicidade na internet não deva ser considerada como algo importante para o veículo, pois, além de sustentar o veículo, também se constitui como uma forma de possibilitar uma comunicação interativa.

As notícias veiculadas no *O Imparcial 7* não seguem os critérios de noticiabilidade, pois na maioria das vezes, os fatos são noticiados através de “cobertura fotográfica” que mais parecem uma coluna social. Considera-se que é função do jornalista selecionar, entre tantos acontecimentos, o que é notícia. É preciso ter critérios para fazer essa seleção, saber identificar os critérios de noticiabilidade.

Os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de ser notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia”. (TRAQUINA, 2005, p. 63).

Esses critérios de noticiabilidade não são fixos no tempo ou no espaço. O que é valor-notícia pode mudar com o tempo e de acordo com o veículo de comunicação. Não é muito claro para os repórteres ou editores os critérios que utilizam para identificar e

selecionar o que interessa para o jornalismo. Traquina (2005, p. 62) diz que diversos estudos revelam que os jornalistas têm “uma enorme dificuldade” em explicar o que é notícia e deixar claro quais são os seus critérios de noticiabilidade.

Uma das características do site em análise é a interatividade, uma possibilidade de intercomunicação entre o jornalista e o seu leitor, considerando que o mesmo é aberto à participação dos leitores. Por outro lado, o público não participa da programação, apesar de algumas notícias receberem comentários. No final de cada notícia é dada ao leitor a possibilidade de comentar. Schultz (1999, p. 8) afirma que “nem toda a comunicação mediada pela internet é interactiva”. O fato abordado pelo autor pode ser percebido na intercomunicação do *O Imparcial 7*, onde o leitor tem oportunidade de participar da programação, através de comentários no *site*. Entretanto, como é quase inexistente a presença de comentários nas notícias, a comunicação acaba não sendo interativa.

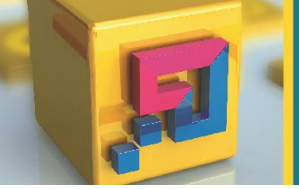
O mapeamento do jornal *online* realizado no período de 27/05/2014 a 13/06/2014 demonstrou que foram noticiadas 38 matérias. Destas, selecionamos sete por identificarmos que elas teriam algo mais significativo, uma vez que fazem parte do dia-a-dia da população taquarinese. Foram quatro matérias de entretenimento, uma de cultura, uma de agronegócios e uma de esportes.

O veículo deixa a desejar, quando não apura a matéria nem apresenta um texto informativo, contendo apenas o título e a cobertura do assunto através de fotos, sem fazer uso de legendas⁷ ou texto-legenda⁸. Algumas matérias chegam a ter 101 imagens. As notícias veiculadas possuem mais teor publicitário que jornalístico, sendo que o público não participa enviando comentários nas matérias.

Em alguns casos encontramos texto informativo como a notícia *Nova Diretoria do Sindicato Rural de Alto Taquari será empossada hoje*. Entretanto, a notícia é uma reprodução do site da Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Mato Grosso

⁷ A legenda é um recurso essencial na edição. Quando colocada sob a foto não seve apenas para descrevê-la, possui o objetivo atrai o leitor. A legenda esclarece qualquer dúvida que a foto possa suscitar. Deve salientar todo aspecto relevante e dar informação adicional sobre o contexto em que ela foi tirada. Não deve simplesmente descrever aquilo que qualquer leitor pode ver por si só.

⁸ Texto-legenda, também chamado de foto-legenda. Legenda ampliada que, em combinação com a foto ou ilustração a que se refere, deve esgotar o assunto de que trata. Deve ser curto, objetivo e combinar as qualidades do bom texto com as da boa legenda.



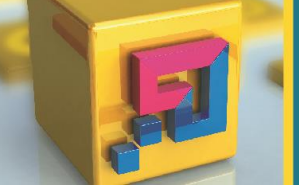
(Famato), ou seja, matéria produzida pela assessoria de comunicação (Ascom), sem uma prévia apuração do *O Imparcial* 7.

4. Blogs: a influência na cobertura jornalística

A internet apresenta três características técnicas que, diferencia dos outros meios de comunicação: velocidade de transmissão da informação; capacidade de armazenamento de conteúdos e interatividade no processo comunicativo (PRIMO e CASSOL, 1999). Analisando as interações proporcionadas pelos meios de comunicação, John Thompson diferenciou três tipos: a face-a-face, a mediada e a quase interação mediada (THOMPSON, 1998. p.79). Para o autor, a interação tem como base o diálogo, mediado ou não por meios tecnológicos. Sendo assim, a internet permitiu um grau de interação diferente de todas essas três. No ciberespaço estabelecido pela internet, existe a possibilidade onde todos podem informar, alterando o padrão dos outros veículos na relação do emissor-receptor, que tenderiam a se confundir à medida da intensidade da exploração desses potenciais da rede.

Com baixo custo de instalação, facilidade de manuseio e operação intuitiva, os blogs se popularizaram convertendo-se em fontes alternativas de informações novas e espaços para ângulos diferentes dos fatos noticiados nos meios de comunicação tradicionais. André Lemos e Marcos Palácios os definem como “práticas contemporâneas de escrita online, em que usuários comuns escrevem sobre suas vidas privadas, sobre suas áreas de interesse pessoais ou sobre outros aspectos da cultura contemporânea” (LEMOS e PALÁCIOS, 2001, p. 44). Os *blogs* dispõem da possibilidade de arquivamento, datação e *feedback* extremamente simplificados, capazes de serem manuseados de forma intuitiva por usuários com pouco conhecimento técnico. O sucesso jornalístico dos blogs pode ser entendido pela proximidade entre editor e leitor que eles proporcionam, por meio do princípio da interatividade.

Os blogs são caracterizados por disponibilizar em ordem cronológica a informação, exibindo em primeiro lugar os textos publicados em data mais recente. Um *post*, como é chamado pelos blogueiros, é o resultado do ato de atualizar o conteúdo do mesmo por meio da inserção de um bloco de conteúdo. Além da exposição da informação em ordem cronológica, elas são colocadas no ar em blocos, privilegiando sempre a atualização mais recente (SILVA, 2003, p. 21). Assim, a diagramação é determinada por um conjunto de



blocos de conteúdo textual e/ou imagético permanentemente renovado. A maioria dos blogs funciona com textos curtos nos blocos e atualização frequente (RECUERO, 2003, p. 1). Entre suas características marcantes, estão os *links* e os espaços para comentários dos visitantes, que estimulam o princípio interativo, promovendo uma interação entre o autor e o leitor.

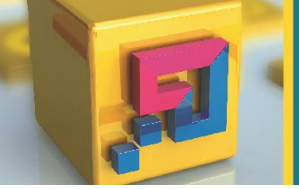
O blog *Alto Taquari em Pauta*⁹ é um dos meios de comunicação de Alto Taquari. Observa-se que o mesmo é resultado de um projeto experimental, ou seja, uma experiência universitária, resultada das atividades extras curriculares realizadas nas disciplinas de Introdução ao Marketing, Jornalismo Digital I, Fotojornalismo e Planejamento Digital. Esse projeto foi realizado no decorrer do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo. O objetivo do blogueiro ao criá-lo seria fazer jornalismo digital, utilizando o blog como ferramenta jornalística.

O produto que já foi premiado na Intercom é um meio de comunicação produzido pelo acadêmico da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat), Aparecido Marden Reis, com o objetivo de pautar as principais notícias de Alto Taquari. Além de possuir um caráter informativo, busca defender o interesse público. O blog além de trazer notícias sobre a cidade em questão informa sobre os principais acontecimentos do estado através de matérias, artigos e fotos.

O veículo é um meio de comunicação não segmentado, com várias editorias para distribuir as informações. Com objetivo de informar, o blog traz notícias locais, regionais e estaduais, com destaque para informações sobre a Prefeitura Municipal de Alto Taquari e ainda um caderno de Entretenimento e Esportes. O produto ainda aborda assuntos sobre: gastronomia, meio ambiente, Brasil, cidades, obras, cultura, economia, educação, geral, política, política MT, saúde, policial e publicações. Possui informativos em forma de artigos, galeria de fotos, notícias sobre eventos e vídeos. Além de contar um pouco sobre a história de Alto Taquari, o blog traz uma bíblia com a versão *online*, e um abaixo assinado de apoio à Proposta de Emenda à Constituição (PEC) de diploma de jornalista.

O blog analisado é individual, considerando que algumas matérias do veículo são de outros meios de comunicação, pois o blogueiro é correspondente do Jornal *Agora MT* e

⁹ O blog *Alto Taquari em Pauta* está disponível no site <<http://www.altotaquariempauta.com.br/>>.



Mídia News. Alto Taquari em Pauta explora de maneira intensa o uso de imagens, ilustrações, vídeos e textos em suas postagens e possui um ritmo de atualização constante, mesmo durante a madrugada é possível verificar postagens, já que mostram o horário da publicação. O blog faz uso de *hiperlinks*, fazendo com que as ligações internas e externas se localizem dentro do corpo das postagens. Os *links* externos mais comuns apontam para sites de informação e notícias, como o site da Prefeitura de Alto Taquari, *Agora MT*, *UOL Esporte*, *Globo.com*.

Até o dia 18 de junho de 2014, o blog possuía um total de 104.844 visualizações. O público também acompanha as notícias pelas redes sociais *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. As notícias que interessam mais à população costumam ter uma participação maior do público através de comentários, o que se configura com o que chamamos de *webjornalismo* participativo. O perfil do acadêmico de jornalismo pode ser acessado na coluna direita da parte inferior do blog, sendo acompanhado por foto e endereço eletrônico de contato.

Por se tratar de um veículo jornalístico, o blog recebe patrocínio de empresas. Nesse viés, podemos observar que o blogueiro possui um espaço para divulgação das empresas, é o que chamamos de publicidade. Considerando que o veículo precisa se manter, dessa maneira, qualquer patrocínio que venha a ser cogitado pela empresa deve ser feito observando que o conteúdo seja apropriado e diretamente relacionado com os seus negócios. Ao levar em conta as características da publicidade *on-line*, Zeff e Aronson (1997, p.13-14) enumeraram cinco grandes vantagens exclusivas: dirigibilidade, rastreamento, acessibilidade, flexibilidade e interatividade. No blog podemos localizar uma coluna à esquerda destinada à publicidade.

O arquivo do blog está localizado na coluna direita. Existe uma lista de *links* que compreendem o período das postagens de uma semana, independente do número de postagens envolvidas. O mecanismo interno de busca está localizado na parte superior da coluna direita, dando acesso às postagens mais antigas.

Ao mapear o blog no período de 03/06/2014 a 13/06/2014, observamos 11 matérias, das quais selecionamos sete notícias por identificamos que elas seguiam rigidamente o critério de noticiabilidade de interesse público. Foram duas matérias de política, duas de esportes, uma de cultura, uma de agronegócios e uma policial. As matérias

analisadas possuem um teor noticioso jornalístico e o público participou de sua repercussão através de comentários. Nota-se no veículo, uma interação do leitor e do jornalista.

Um exemplo dessa prática jornalística é a notícia de agronegócios (11/06/2014), *Alto Taquari Atinge 100% da Vacinação na 1ª Etapa da Campanha Contra Febre Aftosa*, do repórter Aparecido Marden Reis. A notícia fala sobre a campanha de vacinação entre os dias 1º e 31 de maio em todo o Estado de Mato Grosso, trazendo informações sobre o período de vacinação e a idade dos animais que seriam vacinados.

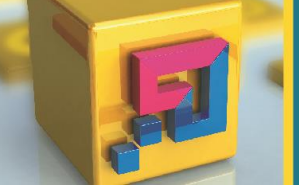
5. Canal de televisão “TV Taquari - afiliada da Rede Record”

Para Raymond Williams, a televisão é uma tecnologia e uma forma cultural, e o jornalismo, uma instituição social (1997, p. 22). Nessa perspectiva, o telejornalismo é uma construção social, no sentido de que ele se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação. Nesse sentido, espera-se que o jornalismo assuma um ponto de vista e que não se apresente como um relato neutro ou imparcial.

Essas premissas implicam também uma específica concepção de notícia ou de informação jornalística. É nesse modelo de jornalismo que as noções de imparcialidade e objetividade fazem sentido. É claro que, na nossa concepção, a notícia é uma construção e não uma representação (fiel) da realidade. Dentro do modelo de jornalismo que nossa sociedade adota que assume a noção de esfera pública e a perspectiva liberal da responsabilidade social do jornalismo, as noções de verdade e relevância podem se configurar como parâmetros de qualidade no telejornalismo:

Verdade e relevância como parâmetros de qualidade indicam, portanto, que esses são atributos requeridos para a notícia. Verdade significa que a notícia está em conformidade com o fato do qual trata; e relevância significa que (a) as informações são importantes no interior da área temática objeto da cobertura e (b) as informações são adequadas a uma expectativa da parte dos indivíduos. (GUERRA. 2003, p.11).

As noções de verdade e relevância são bons parâmetros de qualidade porque sobre elas se sustenta a confiança que a sociedade deposita no jornalismo e é com base nelas que essa confiança pode ser quebrada. Essa confiança supõe a possibilidade de conhecimento



verdadeiro e a capacidade de julgamento de relevância dos fatos e supõe também a credibilidade dos jornalistas e das organizações jornalísticas.

O que queremos destacar aqui é que os parâmetros de relevância e, portanto, os parâmetros de julgamento da qualidade jornalística, são os valores-notícia, aqueles que indicam as expectativas de uma dada sociedade em relação ao jornalismo. Ao mesmo tempo, é preciso salientar que os valores-notícia são socialmente construídos e devem ser analisados em referência à específica formação econômica, social, cultural em que ocorrem.

No caso do telejornalismo, acreditamos que, para entendê-lo é preciso compreender a notícia, como uma forma cultural específica de lidar com a informação, e o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural específica de lidar com a notícia na TV. Queremos fazer ver que, apesar de ser um gênero fortemente codificado, se sua história tivesse sido outra, o telejornal poderia ter hoje outro formato (MACHADO, 2000, p. 105).

Naturalmente, a notícia televisiva é um discurso que é estruturado pelos discursos mais amplos da televisão (HARTLEY, 1991, p. 7). A notícia seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual ela aparece (Ibidem, p. 5). Daí a importância de analisarmos as configurações da notícia como um gênero discursivo em relação às características que ela ganha quando elaborada para transmissão na televisão.

O canal de televisão é retransmissor da rede Record Nacional. A TV possui um site, onde se utiliza do recurso da multimídia. No site é noticiado as principais reportagens que vão ao ar, em formas de matérias, fotos e vídeos. No site da *TV Taquari*, encontramos notícias de várias editorias como: Alto Taquari, Mato Grosso, Brasil, Economia, Política, Saúde, Tecnologia e Ciência, Vestibular e Concursos, Internacional. A versão *online* possui informativos de entretenimento, esportes, vídeos e eventos.

Ao mapear o canal de televisão no período de 30/05/2014 a 13/06/2014, observamos 78 matérias. Dessa maneira, selecionamos sete notícias por identificamos que elas teriam algo mais significativo para a população e serem de fácil acesso. Foram três matérias policiais, duas de entretenimento, uma de educação, uma de esportes. As matérias analisadas possuem um teor noticioso jornalístico e o público não participa da programação na TV, apenas alguns comentários no site.

Um exemplo dessa prática jornalística é a notícia policial (06/06/2014), *Sem Previsão de Julgamento, Acusado de Matar Juíza Pode ser Solto*. A matéria foi feita pelo repórter Júlio César Leite com duração de quatro minutos e dez segundos, trata de um assassinato ocorrido em Alto Taquari há um ano. Apesar de estar preso, o autor do crime ainda não foi julgado, podendo ser solto sem a punição devida.

6. Convergência Tecnológica no Radiojornalismo: Radio Nascente FM

O processo de convergência tecnológica e o desenvolvimento da internet móvel induziu a incorporação de vários meios de comunicação em uma única plataforma. As versões mais sofisticadas de aparelhos celulares digitais passaram a agregar acesso à internet, sintonia de rádio e televisão, telefonia, jogos, agendas, planilhas, câmara de fotografia e vídeo, etc. Ou seja, a multifunção está cada vez mais presente nos dispositivos digitais portáteis. Essas evoluções modificaram as rotinas produtivas, o conteúdo e as linguagens e até a forma de recepção e interação com os meios de comunicação. Com os avanços trazidos pelas novas tecnologias, os profissionais têm que adaptar, inclusive, a linguagem que utilizam nas transmissões e a forma de interação com os ouvintes/internautas.

De acordo com Manuel Chaparro, a criatividade jornalística, as interações democráticas, as razões do mercado e as novas possibilidades de linguagem criadas pelas tecnologias ao longo dos anos, aliadas à busca da eficácia, produziram “novas intencionalidades e as impôs na utilização das formas discursivas do relato da atualidade” (CHAPARRO, 2008, p. 137). Partindo desse pressuposto, objetivamos verificar a grade de programação da *Rádio Nascente*¹⁰ ao transmitir a programação em uma frequência modulada (FM).

A rádio de Alto Taquari, frequência 101.30, existe há mais de 18 anos, tendo sido criada pela Associação Comercial. Com pouca estrutura no início, tinha o objetivo de alertar as pessoas que moravam mais distantes da cidade, pois era muito difícil a comunicação. Outro motivo era beneficiar a população com a programação. Por ser uma rádio

¹⁰ A Rádio Nascente FM está disponível no site <<http://estudionascente.com.br/>>.

comunitária, é considerada ilegal perante o governo, mas já tem um processo de legalização em andamento há quase dois anos, a fim de passá-la para rádio comercial.

Atua no mercado como uma rádio comercial, devido à situação financeira, já que como rádio comunitária não sobreviveria por conta própria, ou seja, não teria como se manter. Como rádio comercial poderá obter lucros através dos anúncios, o que contribuirá para melhorar a sua estrutura. Em tese, a rádio *Nascente FM* recebe influência da prefeitura que utiliza de seus serviços e da associação comercial da cidade até que seu processo de legalização for concluído.

Além do estúdio, a rádio possui a versão online na qual apresenta páginas específicas para os seguintes itens: locutores, programações, pedidos, recados, eventos, notícias, álbuns, vídeos e contato. A rádio é um meio de comunicação não-segmentado, com várias editorias. A programação da emissora “tem um forte apelo comunitário. Além de músicas e entretenimento, a programação conta com a prestação de serviços do departamento de jornalismo.” (RODRIGUES, 1984, p. 11). Diariamente vão ao ar programas como: Alvorada Sertaneja, Bom Dia Cidade, Conexão Nascente, Em Sintonia com Deus, Mato Grosso no Ar, Explosão Sertaneja, “Seu Lugar” Programa Gospel, Alô Mato Grosso, Super Sábado e Coração Sertanejo.

A única programação jornalística da rádio *Nascente FM* se dá através do programa *Mato Grosso no Ar*, veiculado a partir de Cuiabá. Como nosso objetivo é analisar e mapear os meios de comunicação da cidade de Alto Taquari, o programa não foi analisado, visto que essas notícias atendem a todo o estado. Os fatos noticiados antes de irem ao ar são apurados, por uma equipe de profissionais de comunicação. Observa-se que as notícias seguem rigidamente os critérios de noticiabilidade. Nelson Traquina (2005, p. 62) diz que diversos estudos revelam que os jornalistas têm “uma enorme dificuldade” em explicar o que é notícia e deixar claro quais são os seus critérios de noticiabilidade. O autor cita Marcelo Parada quando diz que os jornalistas são movidos pelo “faro” na escolha do que é notícia.

Não tendo programa noticioso, as notícias da cidade ou região são veiculadas em forma de notas, já que são transmissão de outros veículos. No momento em que a notícia ocorre, o locutor abre um espaço para noticiar o fato. Aos sábados e domingos, os programas que vão ao ar são gravados, dessa forma o veículo transmite mais músicas. No

período de segunda a sexta-feira os programas são ao vivo. Sendo assim, as notícias são veiculadas no meio da semana. Ao adotar esse critério para transmissão de notícia, a rádio *Nascente FM* deixa a desejar no processo de apuração da notícia.

7. Considerações Finais

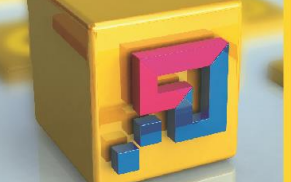
O processo de convergência se dá através da inter-relação das dimensões técnica, empresarial, profissional e de conteúdo, e esse processo não é padrão, mas acontece assimetricamente dependendo das necessidades de cada veículo. Sendo assim, o objetivo final do processo de convergência é a unificação das redações em um setor que pense estrategicamente a informação produzida para os diferentes meios, como apontam Salaverría e Negredo (2008).

Analisando a evolução do processo de convergência em Alto Taquari, podemos descrevê-lo como ainda em andamento, apesar da significativa evolução em algumas dimensões, como a tecnológica por exemplo.

Em casos como o exposto, acredita-se que a distribuição dos conteúdos jornalísticos em multiplataformas influencia a condição do dispositivo jornalístico. Ora, se o dispositivo pode ser considerado como suporte apoiado em determinada tecnologia, como já visto em Charaudeau (2007), a partir do momento em que a sua estruturação em nome de um veículo jornalístico se dá em múltiplos espaços e mediante a apropriação de diferentes aparatos tecnológicos, surgem lógicas diferenciadas na sua organização.

Vale lembrar que o presente trabalho se ocupou apenas de uma das dimensões da convergência, que é a distribuição multiplataforma, para refletir sobre um pressuposto mais amplo: a produção de notícia dos veículos em contexto de convergência jornalística. A análise, por sua vez, permitiu a verificação de marcas sobre a influência da internet na prática jornalística dos meios de comunicação de Alto Taquari.

O processo de convergência tecnológica nos meios de comunicação de Alto Taquari é que os veículos utilizam da *internet* para se interagir com os internautas. As plataformas analisadas têm como principal forma de veiculação de notícias a *internet* como ponte entre os seus leitores, telespectadores, internautas e ouvintes, onde eles passam a ser produtores de informação. No *blog Alto Taquari em Pauta* o leitor/navegador se informa, debate sobre



o assunto no box de comentários, e a partir daí pode produzir informação naquele meio. Na rádio *Nascente FM* nota-se que essa participação se dá através de um *link* na internet, onde o ouvinte pode participar da rádio, abre assim como no exemplo anterior a interatividade dessas mídias na cidade de Alto Taquari. Já no jornal online *O Imparcial 7* o retorno não é imediato, isso impressiona devido à maior parte do material veiculado no canal ser produto não jornalístico.

Na *TV Taquari* - Afiliada da Rede Record, pode-se notar a interatividade através de espaço para comentários e contato com o canal. No entanto, é importante esclarecer que os espaços para comentários devido a não participação da equipe do canal se torna um grupo de debates. Portanto, destaca-se a necessidade de uma pesquisa mais ampla sobre a questão, contemplando os demais processos que envolvem a transformação em questão.

8. Referências Bibliográficas

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: Informação e Documentação - Referências - Elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field**. In: *Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 2004.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquem e d'alem Mar**: Travessias para uma nova teoria dos gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **O Discurso das Mídias**. Contexto, 2007.

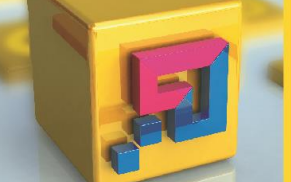
CLEVES, José. **A justiça dos Lobos: Porque a imprensa tomou o meu lugar no banco dos réus**. Belo Horizonte: Biográfica, 2009.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O Percorso Interpretativo na Produção da Notícia**. Salvador: UFA, 2003 (tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA).

HARTLEY, John et al. **Conceptos Clave en Comunicación y Estudios Culturales**. Buenos Aires: Amorortu Editores, 1991.

LEMOS, André; PALACIOS, Marcos (org). **Janelas do Ciberespaço**. 1ª ed. Porto Alegre: Meridional, 2001.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo, Editora SENAC, 2000.



MIELNICZUK, L. **Características e implicações do jornalismo na Web**. In: CONGRESSO DA SOPCOM, 2., Lisboa: Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 2001.

PRIMO, Alex e CASSOL, Márcio. **Explorando o Conceito de Interatividade: Definições e taxonomias**. In: Informática na Educação: teoria & prática, Porto Alegre, V.2, N.2, 1999. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286>> Acessado em 07 jul. 2014.

RAMONET, Ignacio. **Mídias em Crise: Le Monde Diplomatique**. Janeiro de 2005. <http://diplo.uol.com.br/2005-01,a1046>. Acessado em 20/04/2005. RAMOS, Daniela. Apontamentos para a exploração das possibilidades do texto na Internet: o caso dos weblogs pessoais e jornalísticos. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais**. 2003.

RODRIGUES, Ana Maria. **Samba Negro: Espoliação branca**. São Paulo: Ucitec, 1984.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo Integrado: Convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol 90 Media, 2009.

SILVA, Jan Alyne. **Mãos na Mídia: Weblogs, apropriação social e liberação do pólo da emissão**. Dissertação de Mestrado: UFBA, 2003.

SCHULTZ, Tanjev. **Interactive Options in Online Journalism: A content analysis of 100 U.S. Newspapers**. In: Journal of Computer Mediated Communication, vol. 5, nº 1: 1999. Disponível em: <<http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue1/schultz.html>>. Acessado em 07 jul. 2014.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: Uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, a Tribo Jornalística: Uma comunidade interpretativa transnacional**. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WILLIAMS, Raymond. **Television: Technology and cultural form**. 2ª ed. London: Routledge, 1997.

ZEFF, Robbin; ARONSON, Brad. **Advertising on the Internet**. New York: John Wiley & Sons, 1997.