

Convergência jornalística como indutora de reorganizações: impactos nos ecossistemas de *Estadão* e *HuffPost Brasil*

Jonas Gonçalves¹

Resumo

A partir de uma revisão bibliográfica dos conceitos de convergência, ecossistema midiático e jornalismo integrado, este trabalho, conduzido no âmbito do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP, se propõe a estabelecer indicadores que determinam as características das reorganizações empreendidas por dois sites brasileiros de notícias entre 2014 e 2017 - *Estadão.com.br*, do Grupo Estado; e *HuffPost Brasil*, atualmente sob a gestão da Oath, resultado da fusão entre AOL e Yahoo.

Palavras-chave: jornalismo, convergência, reorganização, Estadão, HuffPost Brasil.

Introdução

A convergência jornalística² proposta por Salaverría, Avilés e Masip (2010, p. 58), derivada do conceito de convergência³ estabelecido por Jenkins (2008, p. 43), pode ser utilizada como premissa para a compreensão dos objetivos do presente estudo. Dois modelos de redação jornalística são analisados: o primeiro é o do *Estadão*, que se submeteu a um longo processo de remodelação analógica-digital, dividido por etapas. Foram quase vinte anos entre o surgimento do primeiro site do jornal *O Estado de S. Paulo*, em 1995, e a ampla reforma feita em 2014 que gerou a atual conformação do ambiente de trabalho.

No outro espectro, encontra-se o americano *The Huffington Post*, que se aliou ao tradicional Grupo Abril e lançou em 2014 o *Brasil Post* (atual *HuffPost Brasil*), uma

¹ Mestrando do programa MPPJM - Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado, da ESPM-SP. Contato: jonasgoncalves@acad.espm.br

² “O conceito de ‘convergência jornalística’ alude a um processo de integração de modos de comunicação tradicionalmente separados que afeta a empresas, tecnologias, profissionais e audiências em todas as fases de produção, distribuição e consumo de conteúdos de qualquer tipo. A convergência incide em múltiplas esferas do fazer jornalístico: nas estratégias empresariais, nas mudanças tecnológicas, na elaboração e distribuição de conteúdos através de distintas plataformas, no perfil profissional dos jornalistas e nas formas de acesso aos conteúdos.” (Tradução livre feita pelo autor deste resumo expandido)

³ “A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. [...] a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final.”

experiência inovadora focada na internet, em especial nas redes sociais. Contingências demandaram ajustes ao longo dos três anos de parceria, mas uma reconfiguração de maior envergadura se deu somente em janeiro deste ano, com a transferência da gestão para a AOL/Oath.

Com mudanças dessa amplitude, é relevante entender as configurações resultantes e de quais formas estas foram influenciadas pela convergência jornalística.

Metodologia

Por meio de revisão bibliográfica de referências sobre os conceitos de convergência, ecossistema midiático⁴ e jornalismo integrado⁵ (SALAVERRÍA & NEGREDO, 2008, p. 51), o trabalho de pesquisa teve a sua base teórica estabelecida. Já a metodologia utilizada para o levantamento de dados foi a de observação sistematizada⁶, aplicada a partir de visitas realizadas em abril de 2017 às redações do *Estadão* e do *HuffPost*.

Discussão e resultados

A primeira redação visitada foi a do *HuffPost Brasil*⁷, instalada dentro de sua controladora, a Verizon (proprietária da Oath). Agora sob outra gestão, o site ainda depende de novos investimentos para recompor a estrutura de produção de conteúdos que possuía no Grupo Abril. Com uma equipe fixa enxuta, formada por três editores e quatro repórteres, conta ainda com a rede global do *HuffPost* (formada pela matriz e outras 15 sucursais), além dos cerca de mil blogueiros que utilizam a plataforma do site.

No *Estadão*⁸, observou-se que a reforma de 2014 instituiu não apenas a convergência das editorias em direção aos mesões centrais de comando, mas também uma nova dinâmica

⁴ “Com origem nos anos 60 do século passado, a Media Ecology é uma escola teórica que estuda as mídias como ambientes, analisando a sua estrutura e conteúdo, assim como seu impacto nos receptores (Postman, 1970). [...] Seguindo esta lógica, Canavilhas (2011) procura transpor alguns conceitos oriundos da ecologia biológica para o campo das mídias.” (CANAVILHAS, 2014, p. 54)

⁵ “A integração é a confluência de duas ou mais unidades ou correntes em uma só. No âmbito jornalístico, hoje em dia alude sobretudo a fusão de duas ou mais equipes de redação em uma só, de modo que uma vez completa a integração a redação resultante trabalha reunida em um mesmo entorno físico, sob um comando editorial único e com uma infraestrutura tecnológica comum. De um ponto de vista teórico, portanto, uma redação integrada é aquela capaz de nutrir de conteúdos a dois ou mais meios mediante uma única unidade de produção.” (Tradução livre feita pelo autor deste resumo expandido)

⁶ “O trabalho de observação sistematizada corresponde à investigação propriamente dita, à defrontação com a realidade, em que o pesquisador, munido de sua problematização e de suas bases teóricas, vai procurar elucidar suas questões através de um exame pertinente das coisas e situações”. (MOURA & VASSALLO DE LOPES, 2016, p. 84)

⁷ Visita realizada em 03 abr. 2017.

⁸ Visita realizada em 10 abr. 2017.

de trabalho, na qual as decisões editoriais relacionadas ao que será publicado passaram a ser tomadas mais rapidamente, mantendo um fluxo contínuo de produção em diferentes plataformas, sendo que a digital suplantou a impressa em termos de dimensão e abrangência.

Conclusões

As observações realizadas possibilitaram traçar características dos perfis dos dois objetos de pesquisa, o que irá subsidiar a criação de indicadores comparativos dos respectivos modelos de reorganização.

Resultado de uma transição do analógico para o digital, o *Estadão.com.br* superou obstáculos decorrentes das especificidades organizacionais de um grupo da *legacy media*⁹ e apresenta indícios de plena adaptação à realidade digital, como o fato de ter uma equipe dedicada ao monitoramento de redes sociais. Sobre o *HuffPost*, foi possível constatar que o site conseguiu consolidar a sua proposta no Brasil mesmo já tendo passado por uma reestruturação em apenas três anos.

Referências

- CANAVILHAS, João. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In: RENÓ et al. **Periodismo transmídia: miradas múltiples**. Barcelona: Editorial UOC, 2014. Disponível em: <http://bit.ly/2oJrrlr>
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- MOURA, C. P.; VASSALLO DE LOPES, M. I. (orgs.). **Pesquisa em Comunicação: Metodologias e Práticas Acadêmicas**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2016.
- NIELSEN, Jakob. The End Of Legacy Media. **Nielsen Norman Group**, 23 ago. 1998. Disponível em: <http://bit.ly/2bMotVe>
- SALAVERRÍA, R.; GARCÍA AVILÉS, J. A.; MASIP, P. Concepto de convergencia periodística. En X. López García y X. Pereira (Ed.), **Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España**. Santiago, Universidad de Santiago, Servicio de Publicaciones, pp. 41-64. Disponível em: <http://bit.ly/2gTgw5H>
- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo Integrado - Convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol90, 2008.

⁹ A expressão “mídia de legado” define o conjunto dos meios tradicionais de comunicação (jornais impressos, por exemplo) e foi utilizada pela primeira vez por NIELSEN (1998).