

## A integração das redações digital e impressa no âmbito nordestino: o desafio do diário do Nordeste<sup>1</sup>

William Robson CORDEIRO<sup>2</sup>

### Resumo

Os meios de comunicação se submetem a uma instância que pressupõe um deslocamento do método de transmissão tradicional para o digital. Nessa reorganização vê-se, na percepção de Vilches (2003), o processo de emigração para os mundos eletrônicos, uma ação massiva dos conteúdos e tecnologias analógicos. Empresas jornalísticas tradicionais no âmbito da região Nordeste do Brasil se deparam com o desafio de adaptar-se a esta conjuntura, com a instalação de redações paralelas para produções de noticiários *on line* e produtos digitais. Este trabalho, portanto, visa descrever o processo pelo qual o *Diário do Nordeste*, de Fortaleza (CE) enfrenta ante a esta lógica jornalística de convergência, observando não somente a natureza da redação, mas o comportamento profissional e da organização.

**Palavras-chave:** Convergência. Diário do Nordeste. Jornalismo Impresso. Jornalismo Digital.

### Introdução

Nos anos de 1950, McLuhan (2007) iniciava os fundamentos do que podemos conceituar de convergência, a partir da declaração de Donald MacWhinnie de uma guerra civil travada no mundo das artes pelas transformações dos meios como o cinema, os discos, o rádio e o cinema falado. Uma vez que este cenário se apresentava, McLuhan entendeu que esta guerra afetava todos os graus do indivíduo, seja mentalmente ou no âmbito social, porque as alterações não se limitaram aos meios, porém obrigaram a uma transformação nas práticas sociais. É uma reorganização, na percepção de Vilches (2003), o processo de emigração para os mundos eletrônicos, uma ação massiva dos conteúdos e tecnologias analógicos. O autor se refere a violência, tal qual aos efeitos da colonização, modificando costumes e culturas.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado no GP Jornalismo Impresso, Divisão Temática 1 – Jornalismo – do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em setembro de 2013.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.  
Email: williamrobson@folha.com.br

Convergência dos meios, na ótica mcluhaniana, caracteriza eufemisticamente, a ação avassaladora de uma guerra civil sobre as mentes da sociedade, porque “o cruzamento ou hibridização dos meios libera grande força ou energia, como por fissão ou por fusão” (MCLUHAN, 2007, p. 67). A fissão, para Vilches (2003), é o produto de uma força voraz e invasiva nas relações culturais. Mas, para Mcluhan (2007), os meios hibridizados significam uma ruptura e como extensões do homem se interrelacionam no intuito de evoluir, semelhante ao “filme silencioso que reclamava o som ou filme sonoro que reclamava a cor” (MCLUHAN, 2007, p. 67).

A interrelação dos meios, ou a convergência, expressa-se como evolução pela necessidade social, e como midiamorfose (FIDLER, 1998). Ambas encontram conexão, mas suas características claramente se diferem. De forma sucinta, midiamorfose considera que os processos comunicacionais, ao remontar à oralidade, evoluíram ao atual contexto midiático. As interações sociais e no âmbito das inovações tecnológicas promovem as transformações dos meios de comunicação.

Em todo caso, é importante compreender que a integração e evolução dos meios alteraram as atuais práticas sociais, e no campo do jornalismo este panorama é evidente. A convergência transforma as empresas de informação em conglomerados multimidiáticos com efeitos na forma de produção e no produto ofertado ao público. Zubizarreta (2008) desenha como este raciocínio advindo da convergência afetou os jornalistas em sua rotina de trabalho, e com um conjunto de perspectivas de outros autores, aponta a existência de uma controvérsia conceitual. Para o autor, muitas vezes, jornalistas tratam de convergência ou multimídia como sendo sinônimos, e ao referenciar Fischer (2005 *apud* ZUBIZARRETA, 2008) explica que multimídia é um estado anterior à convergência.

Vale, assim, ingressar no cenário traçado pela convergência de novas práticas jornalísticas e comerciais. Zubizarreta (2008) cita a base apresentada por Quinn (2005 *apud* ZUBIZARRETA, 2008) de que a convergência caminha sob uma dicotomia clara: por um lado o jogo de um modelo de negócios de corte de custos e, por outro, a máxima produção que as novas tecnologias permitem. Esta transição à qual o modelo de negócio jornalístico é submetido acarreta no surgimento profissional do jornalista multitarefa, supostamente capaz de desenvolver inúmeras atribuições que incluem produzir vídeos, áudios, fotografias, edição, textos, entre outras. A atuação deste profissional, segundo Quinn (2005), resulta na baixa qualidade da informação.

Zubizarreta (2008) investigou o processo de integração no grupo basco *Goiena*, que congrega 46 funcionários entre uma publicação semanal regional, uma TV, uma rádio municipal e um portal na internet e com base neste trabalho observou que a convergência gerou uma ressocialização dos jornalistas dos diversos meios. Para isso, recorreu à palestra da professora Jane Singer, em dezembro de 2006, para levantar algumas reflexões:

Algumas de suas conclusões nos fazem refletir sobre os princípios culturais em que se fundamenta cada grupo de jornalistas (a opinião que o grupo de televisão pode ter das dificuldades do trabalho de seus companheiros de imprensa e vice-versa) ou os desafios que a convergência multimídia levanta em termos de percepção do uso do tempo por cada grupo, em termos de capacidade na hora de relatar notícias num meio ou em outro, ou em termos de mútua competitividade. (ZUBIZARRETA, 2008)

O papel da prática jornalística nas redações é redefinido a partir da convergência, alterando até mesmo os rumos da profissão, como atesta Machado (2010). O autor se refere à superabundância de informações disponíveis na rede não produzidas por indivíduos graduados em jornalismo, contexto diretamente ligado a uma mudança na logística do processo de produção da informação. Qualquer usuário da internet dispõe de ferramenta para publicar informações que não passam pelo crivo do jornalista, “procedimento antes sem espaço no modelo convencional de jornalismo centralizado” (MACHADO, 2010, p.4). A redefinição profissional sugere, então, mecanismos de filtragem da grande quantidade de conteúdo que oferece a rede, cabendo uma atribuição nova e diferente para o jornalista em tempos de convergência: “compilador e difusor da informação, como intermediário, com manejo regulador da qualidade da informação” (MASIP, 2005, p.562)

Masip instaura a figura do jornalista como cartógrafo da informação, assumindo a tarefa de situar a notícia, no lugar de narrar. Na essência, o papel do jornalista como *gatekeeper* se mantém frente à “transformação radical nos processos produtivos jornalísticos a partir do protagonismo do chamado jornalismo cidadão, comunitário ou 3.0” (SILVA, 2009, p.2). Por assim dizer, o autor defende que a internet afetou o jornalismo em sua totalidade e não somente o jornalismo digital e, em vista disso, o impacto sobre o modo de produção jornalística exige redefinição dos produtos resultantes deste processo. Pavlik (LOBO, 2005, p.127) denomina de “jornalismo contextualizado” o efeito desta tendência que transforma o jornalismo sob quatro aspectos:

- a) O conteúdo das notícias;
- b) A organização no exercício profissional dos jornalistas;
- c) A estrutura da redação e a indústria informativa;
- d) A relação entre as empresas informativas, os jornalistas e os destinatários, que compreendem as audiências, fontes, concorrentes, publicitários e governos.

Estas colocações demonstram a metamorfose jornalística proporcionada pela internet, resultando na formação de um quadro novo para as práticas profissionais no âmbito da redação e nas relações comerciais das empresas.

Foi com este cenário que nos deparamos ao acompanharmos por duas semanas (15 a 26 de outubro de 2012, excetuando sábado e domingo, no total de dez dias), o processo no *Diário do Nordeste*. Este trabalho é parte da dissertação de mestrado defendida na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), cujo foco é a implementação da infografia interativa. O percurso ofereceu condições de observar e avaliar o comportamento dos jornalistas ante uma execução profissional ainda considerada nova.

O *Diário do Nordeste* ([www.diariodonordeste.com.br](http://www.diariodonordeste.com.br)) trata-se de um periódico da cidade de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, exemplo da ação da emergência da cultura digital responsável por uma dinâmica diferente na rotina jornalística. A conexão de um jornal impresso tradicional com a convergência alterou o hábito e impôs ferramentas e técnicas não utilizadas anteriormente pelo periódico, todas relacionadas à multimídia.

O jornal não altera sua denominação na internet, como alguns jornais que acrescentam o “*On Line*”, “*Digital*” ou “*Na Web*”, por exemplo. Trata-se de uma marca que segue, inclusive, no projeto gráfico da versão impressa, com identidade visual semelhante e formato harmonioso (*fig. 1*).

Figura.1 - Identidade visual da Primeira Página e do site do DN



Fonte: Diário do Nordeste

## O diário do Nordeste

Na listagem dos maiores diários brasileiros, considerando a tiragem como parâmetro principal, o *Diário do Nordeste* figura como o maior jornal do Ceará e o quinto da região Nordeste, atrás do *Correio\** (Bahia; 61.227 exemplares), *A Tarde* (Bahia; 45.377 exemplares), *Jornal do Commercio* (Pernambuco; 41.830 exemplares) e *Aqui* (Pernambuco; 39.039 exemplares). O *DN* alcança tiragem diária de 33.114 exemplares, figurando na relação dos 50 maiores jornais brasileiros, de acordo com o levantamento de 2011 da Associação Nacional de Jornais (ANJ)<sup>3</sup>, superando seu concorrente direto, o jornal *O Povo*, com 23.216 exemplares. Reside neste contexto sua influência enquanto integrante de um seletivo grupo de publicações impressas com grande alcance de público.

<sup>3</sup> A ANJ foi criada em 17 de agosto de 1979 e conta com 147 empresas jornalísticas associadas, responsáveis por mais de 90 por cento da circulação brasileira de jornais, além de uma empresa colaboradora.

A primeira edição do *Diário do Nordeste* foi lançada em 19 de dezembro de 1981 (*fig.2*), com editorial que apresentava a nova publicação e o “compromisso de luta firmado com o leitor, ao tratar de questões que se mostrariam preponderantes para o Ceará e o Brasil na década que se iniciava. Plena de mudanças e novas perspectivas para o Ceará, o Brasil e o mundo” (DIÁRIO DO NORDESTE, 2009). Os novos tempos eram retratados pela patente transferência de poder dos coronéis para empresários no Governo do Estado, pela luta das Diretas, em razão da vigência do regime militar, e pela primeira eleição para presidente da República. Tratava-se de um período conturbado e, ao mesmo tempo, de mudanças políticas.

O Sistema Verdes Mares<sup>4</sup>, ao qual o *Diário do Nordeste* é ligado, integra um forte conglomerado de empresas no Estado do Ceará que inclui água mineral e bebidas prontas (Indaiá), mineração (Midol), eletrodomésticos (Esmaltec), agroindústria (Cascaju), tintas (Hipercor) e educação (Universidade de Fortaleza). A abrangência do Grupo Edson Queiroz impressiona e tem função importante no desenvolvimento econômico do Estado, em razão das ações empreendedoras de um jovem iniciadas em 1951. O relatório institucional do grupo registra o gás domiciliar como o primeiro ramo dos negócios, com a particularidade notada por um altivo diferencial: a venda pioneira do gás em botijões importados dos Estados Unidos. Atualmente detém a liderança no comércio e distribuição deste tipo de produto na região.

---

<sup>4</sup> A TV Verdes Mares, Rádio Verdes Mares, FM 93, Recife FM, TV Diário, Diário do Nordeste e Portal Verdes Mares compõem o Sistema Verdes Mares de Comunicação.

Figura.2 - Primeira página do Diário do Nordeste, de 19 de dezembro de 1981



Fonte: arquivo do Diário do Nordeste

A linha conservadora que permeia o conteúdo do *DN* acompanha o discurso da modernidade e dos investimentos em tecnologia, conjunto que desenha o perfil do periódico e impõe uma autolegitimação diante dos concorrentes. O jornal se orgulha de sua vocação inovadora, por ser o primeiro do Ceará a informatizar toda a redação, por adotar o uso das cores nas páginas e recentemente por produzir uma revista eletrônica diária para o *tablet*<sup>5</sup> *Ipad*, da *Apple*, o *Diário do Nordeste Plus*. Discorrendo de modo

<sup>5</sup> Trata-se de dispositivo móvel e multimídia com acesso à internet, que assemelha-se a uma prancheta, em que o usuário interage de maneira tátil. O *Ipad* é o *tablet* da *Apple* e segundo o fabricante, os seus

conciso, trata-se de um projeto de periódico próprio para este dispositivo móvel, iniciado em novembro de 2012 e que envolveu oito profissionais. A intenção baseia-se no referencial da interatividade, com o leitor experimentando nova forma de leitura e o jornalista construindo texto com narrativa diferenciada.

O *DN Plus* mantém a concepção do jornal como um todo de valorizar o pioneirismo. Isso incorpora a linha de pensamento do diretor-editor Ildelfonso Rodrigues quando do anúncio do lançamento da publicação (*fig.3*). “Com mais esta plataforma, estamos entrando numa nova era do jornalismo com uma experiência inovadora. Somos o primeiro jornal do Ceará a adotar esta ferramenta e o primeiro do Nordeste a utilizá-la de forma diferenciada. O conteúdo apresentado será exclusivo e ainda vamos antecipar algumas colunas do jornal, que serão disponibilizadas para aqueles que acessarem o *Ipad*” (*DIÁRIO DO NORDESTE*, 2013, p. 6). Portanto, ao se considerar “inovador”, o *Diário do Nordeste* recorre a uma autorreferencialidade, ao se inserir no contexto do presente, do novo em termos de jornalismo.

Para Vilches (2003), o acesso à internet pressupõe novos campos sociais, considerando o constante deslocamento dos usuários para o ambiente digital sob a motivação dos novos produtos. Daí, se entende o cenário da convergência como a preocupação dos jornais impressos que buscam o *status* de “modernos”, ao deslocar-se para o processo de manuseio das novas tecnologias. A internet, assim como a televisão, foi o fenômeno no século XX que mais afetou a informação, a cultura e a educação, fator preeminente para a série de migrações no campo da comunicação. Estas migrações, para o autor, “afetam os usos e aplicações da comunicação e se situam na constelação das tecnologias do conhecimento” (VILCHES, 2003, p. 206).

É exatamente nesta ação que o impresso e o *on line* se convergem. O *DN* representa este processo, visto figurar como o primeiro veículo do Norte e Nordeste a ingressar na internet, em 1995. Dois anos depois, instituiria a editoria de Internet, responsável por transpor a versão impressa para a rede e gerar novas notícias. Em 2005, o *site* do jornal ganhou mais espaço ao se integrar no ambiente territorial do *DN* com os repórteres do impresso. Após quatro anos, o *DN* propôs uma reforma gráfica e estética da página para ampliar o conteúdo próprio e regional.<sup>6</sup>

---

elementos básicos são: a tela, o processador, a câmera e a conexão wireless, que “funcionam em conjunto para garantir a melhor experiência possível”. Disponível em <http://www.apple.com/br/ipad/features/>  
<sup>6</sup> (*DIÁRIO DO NORDESTE*, 2013, p. 7)

Figura. 3 - Reportagem no DN que anunciava a estréia da revista DN Plus



Fonte: Reprodução do Diário do Nordeste

De acordo com Rodrigues (2011), este progresso tende a considerar o *site* como produto autônomo em relação ao impresso, mesmo que seu funcionamento e transformações permaneçam atrelados ao modelo de papel. Que “o jornal tenta mostrar que tanto pode ser competente na plataforma física como na plataforma virtual e deixa entrever a proximidade de trabalho entre os dois suportes” (RODRIGUES, 2011, p.64). Assim, a convergência se estabelece no *Diário do Nordeste* e este cenário passa a ser bastante comum entre outros jornais impressos.

As características da convergência, com base em Salaverría e Negrodo (2008, p. 127), residem no impacto do modo de produção, que passa a ser constante, e na mudança do comportamento profissional ao ver alterada a lógica de trabalho monoplatforma para multiplataforma, incorporando os elementos multimidiáticos inerentes a este processo.

Desta forma, pode-se afirmar que o *Diário do Nordeste*, na transição da convergência, experimenta constantemente novas ferramentas e novos recursos, a exemplo do *DN Plus* e da infografia interativa. É sob esta premissa que, explicitaremos a seguir, os procedimentos produtivos e a construção do jornalista multimídia diante do trabalho para a internet, e como o profissional age frente a um leque de possibilidades multimídia a ser explorado.

### **Redações juntas, porém não integradas**

Parecem duas redações independentes. Excetuando o ambiente territorial, não se compreende a princípio, qual a relação entre os jornalistas que atuam para o suporte impresso e para o digital no *Diário do Nordeste*. Todos produzem em seus terminais de computadores e praticamente não se percebe muitos diálogos, planejamento ou mesmo estratégias que unifiquem as duas plataformas sobre uma mesma temática. Na última reforma gráfica submetida pelo *DN* em 2009, esta separação de redações ficou mais manifesta, com jornalistas recrutados para atuarem em suportes distintos e não sob a lógica da convergência do impresso com o *on line*. Essa divisão de profissionais no *Diário do Nordeste* é, atualmente, classificada por 90 jornalistas na versão de papel e 25 dedicados à produção do jornal na internet.

Apesar de observarmos essa distinção, que inclui normas diferentes de trabalho, o editor-diretor do jornal, Ildefonso Rodrigues, explica que a intenção é unir e não construir uma distância. Nesta relação, segundo o jornalista, reside um dos principais embates deste processo: a adaptação de profissionais sob as novas lógicas das empresas jornalísticas. As duas práticas não se apresentam de forma equivalente, o impresso tende a se sobressair, na medida em que os profissionais são mais habituados com a produção. O digital emerge como o novo e, deste modo, os jornalistas se amparam na tradição do *DN* como veículo de mídia impressa.

A gente está num processo de integração das redações. Este é um processo que vem sendo dado de forma lenta. Primeiro, a internet está dentro da redação, no mesmo espaço físico e, a partir daí, o que começamos a trabalhar? À medida que a gente ia precisando de novas aquisições para o impresso, partíamos da perspectiva de formá-las primeiro dentro da internet, vindas dos cursos de Comunicação, e depois muitas delas seriam distribuídas dentro das editorias da redação do impresso. Então, a partir daí a gente quis, dentro de cada editoria, uma pessoa com formação de internet, uma percepção de internet. Num segundo momento, passamos a fazer um trabalho

muito forte dentro da internet, com a contratação de mais pessoal, oferecer mais mobilidade para este pessoal, começamos a treiná-lo para não produzir apenas conteúdo de texto, mas também textos, fotos, vídeos... Eles começaram a portar celulares que permitissem a produção de vídeos e iam às ruas. Dentro do impresso, o pessoal também foi treinado para fazer isso, com outras habilidades que não apenas a escrita. Tudo isso é negociado, evidentemente. Essa foi uma fase deste processo. Outro momento foi a chegada de uma TV dentro da redação, a TV *DN*, onde produzimos mais de mil vídeos, com *links* ao vivo e comentários de jornalistas sobre partidas de futebol, economia... Com isso, ganhamos em dinâmica e foi bom até para o papel. (ILDEFONSO RODRIGUES, 25 de outubro de 2012)

Não se pode deixar de apontar a preocupação do *DN* com o suporte impresso e que a estratégia de convergência passa pelo intuito de fortalecê-lo. Não obstante o processo lento de convergência, notamos pouca ousadia e as declarações levam a supor que a internet pode afetar, de alguma maneira, os negócios movidos pela mídia impressa. Como acrescenta o editor-diretor do *DN*, “o meio como a gente usa a internet é uma forma de perpetuar o papel e fazer com que o jornal conecte com a internet e a internet conecte com o jornal através dos mecanismos de interação que estamos criando ao longo do tempo” (ILDEFONSO RODRIGUES, 25 de outubro de 2012). Deixa claro que há uma preocupação com o impresso, com a sua perpetuação e a manutenção do seu *status*. É como Salaverría e Negredo (2008, p. 100), ao tratar deste confronto, apontam que os meios mais velhos enxergam os novos como “crianças”, aqueles que ainda precisam crescer, alcançar a maturidade jornalística.

A versão digital do *Diário do Nordeste* comporta três equipes com revezamentos nos turnos da manhã, tarde e noite. Os primeiros sete profissionais (quatro jornalistas e três estagiários, estudantes de Comunicação Social) chegam à redação pela manhã e iniciam a atualização do *site* às 7h. No período da tarde, outros sete desenvolvem a mesma atividade: manter o *site* atualizado com as notícias do momento, cobrindo quaisquer editorias e postando na internet, através de um sistema de computador específico para gerenciamento das matérias, em que é possível até mesmo programar o horário da publicação. À noite, são três jornalistas e três estagiários que seguem as mesmas atribuições das duas primeiras equipes. A faixa etária dos jornalistas está entre 23 e 38 anos; a dos estagiários figura entre 20 e 25 anos.

Estes grupos adotam o modelo exigido por uma redação multimídia, ou seja, são encorajados de variadas tarefas, o que leva Salaverría e Negredo (2008) a utilizarem a expressão *polivalência funcional*, assumindo atividades além da sua especialidade. No caso do *DN*, os jornalistas da internet são estimulados a produzir textos, vídeos, fotos,

monitorar informações publicadas em outros *sites* na internet e também conduzir as postagens e a repercussão dos principais temas nas redes *Facebook* e no *Twitter*, mesmo com a presença na redação de um analista de redes sociais. Como esclarece Rodrigues (2011), o profissional multitarefa igualmente pode no *Diário do Nordeste* produzir uma matéria para o impresso e um vídeo para o *on-line*, caracterizando a polivalência funcional.

O *site* mantém-se ativo até às 3h da manhã do dia seguinte, considerando a produção jornalística das três equipes e o trabalho de atualização da versão digital da edição impressa. Ou seja, a transposição do conteúdo do jornal de papel para a internet se dá após o seu fechamento, em média, às 23h45. No intervalo até a retomada dos trabalhos na manhã seguinte, a atualização é paralisada ou mantida através das matérias pré-programadas tidas como “frias” (atemporais), o que proporciona sensação de constante vigilância, atividade e atualização.

Os turnos são trocados em horários intermediários, para evitar vácuos no fluxo não preenchidos pelos jornalistas. Portanto, se a equipe da manhã terminar seu turno por volta das 13h, a da tarde já precisa estar se acomodando. A disposição do horário para cada repórter facilita o andamento da troca de expediente (o que chega às 9h sai um pouco mais tarde em relação ao que chegou às 7h; o jornalista das 13h sai mais cedo daquele que chega às 14h e assim por diante). Cada turno é administrado pelo editor, denominado de “Editor de Capa Web”, que ainda confere o que está contido nas reportagens produzidas ao longo do dia e decide a sua disposição na página de apresentação do *site*. É também a sua atribuição corrigir pontos na matéria, como informações mal articuladas ou até erros de gramática. Todos são subordinados ao “editor web”, que acompanha o *site* de uma sala à parte da redação do jornal digital.

A equipe que compõe o *DN on line* não é especialista em internet, aprendeu na prática. Para o editor-diretor Ildefonso Rodrigues, os jornalistas ainda são preparados sob a linha do impresso, do texto, da linguagem escrita, com reduzida visão das complexidades advindas das novas rotinas de um jornal na internet. Assegura ainda que, “em algumas praças o mercado de trabalho é mais atualizado que a academia” (ILDEFONSO RODRIGUES, 25 de outubro de 2012) e percebe a dificuldade de contratar profissionais habilitados para atuar no webjornalismo.

Além de se verem diante do desafio da atividade multitarefa, estes profissionais são constantemente testados a novas demandas do jornalismo da internet, as quais o *DN*

propõe-se a enfrentar. Entre elas estão as citadas revista *DN Plus*, a TV *DN* (fig. 4) e a infografia interativa (fig. 5). No tocante à infografia, não havia um profissional preparado para a função. As demandas foram surgindo e a contratação tornou-se necessária. O editor web, Daniel Praciano, lembra como o *site* precisava compor artes interativas e que antes da contratação de um infografista dedicado a esta função, a atividade era desenvolvida por técnicos do setor de informática, nem sempre dispostos a produzir. A contratação do *designer* Felipe Belarmino viria a se concretizar em 2011.

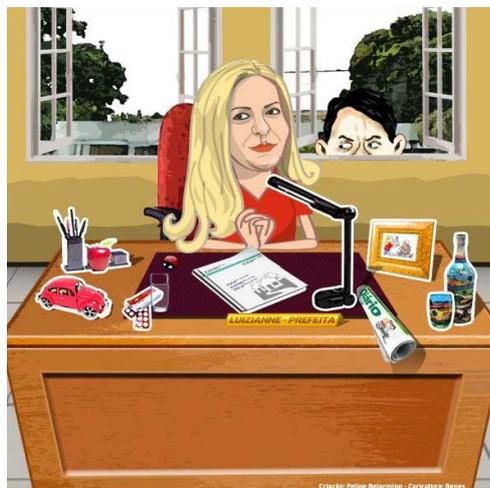
Em dezembro de 2010, fizemos uma visita a alguns jornais de São Paulo, Rio e Porto Alegre e quando voltamos, decidimos implantar isso. Foi implementado em 2011. A redação achou ótima a ideia porque tínhamos uma demanda de infográficos e o impresso dificilmente conseguia nos atender. Era muito raro mesmo. Com o advento da infografia do *DN On Line*, ficou mais tranquilo e nós tivemos até mesmo que conversar com o impresso para não utilizá-la. E deu certo. A demanda foi sanada, seria melhor se tivéssemos dois profissionais, mas não encontramos no mercado. E esse único infografista já resolveu muito das nossas necessidades na parte das artes. Porque antes tínhamos o pessoal da informática, mas não era a mesma coisa: você dizia qual eram os temas, ele fazia, mas não era a coisa do dia-a-dia. (DANIEL PRACIANO, 22 de outubro de 2012)

Figura. 4 - do site da TV DN, com conteúdo de reportagens em vídeo



Reprodução disponível em <http://tv.diariodonordeste.com.br/>

Figura. 5 - Infográfico interativo no Diário do Nordeste.



Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/noticia.asp?codigo=351909&modulo=963>

### Considerações finais

Parece tratar-se de temática já recorrente no campo acadêmico, porém, na nossa pesquisa de campo foi perceptível constatar que trata-se de um desafio para as empresas jornalísticas, quanto ao uso das tecnologias digitais. Não significa afirmar que o *Diário do Nordeste* esteja percebendo somente agora todos os efeitos que estão alterando a lógica de trabalho e a rotina dos jornalistas. Pelo contrário, o jornal cearense mostra-se, historicamente, com perfil vanguardista, antenado com as novidades no tocante ao mercado jornalístico. Porém, a ação da convergência dos meios, que atingiram o jornalismo impresso no mundo inteiro (o Nordeste brasileiro não se exclui) é uma ação que transcende tão somente aparatos tecnológicos. Seus desdobramentos são infintos e, mais do que dispositivos, a convergência está inserida numa nova cultura, em novas práticas sociais, motivadas por esta conjuntura.

Um dos principais desafios que constatamos na pesquisa é que o *Diário do Nordeste* ainda não encontrou meio eficiente de integrar suas redações digital e impressa. Fator importante é preciso ser considerado: a redação impressa é bem mais antiga e congrega os profissionais mais experientes, muitos deles avessos às transformações que passam o jornalismo. Ou seja, se há uma redação digital, preocupada com o conteúdo para a internet, o jornalista do impresso não se sente motivado, estimulado a ingressar neste cenário. De semelhante modo, o jornalista da

redação digital é encarado como um profissional novato, que necessita de experiência laboral. Após alcançá-la, é redirecionado para a redação do jornal impresso, garantindo produto melhor acabado (sob aspectos de texto e apuração), do que o *site*, visto que a equipe não consegue apresentar a mesma desenvoltura.

Não significa que a equipe do jornal digital esteja em situação incapaz de promover produtos jornalísticos relevantes para o *Diário do Nordeste*. Evidentemente, que a organização demandou recursos para a implantação de modelo para a internet na intenção de ampliar sua audiência, de alcançar espaços e distâncias impossíveis para o suporte impresso, e angariar lucros. Os casos da *TV DN*, da infografia interativa, e do *Diário do Nordeste Plus* (para *tablets*) consistem em experimentos notáveis no âmbito do jornalismo nordestino, especialmente o cearense. E de certa forma, estes produtos (incluídos no *site* do *DN*) incentivam que membros da equipe de ambos os suportes possam participar.

Quer dizer, o que aparentemente se apresenta como duas redações que não conseguem se integrar, os primeiros sinais de integração se apresentam nestas experimentações. Jornalistas do impresso são convidados para participar de programas de curta duração na *TV DN*, sejam comentando futebol, analisando política ou fazendo entrevistas. Estes mesmos jornalistas podem preparar reportagens para o *DN Plus*. Do mesmo modo, jornalistas do digital estimulam os companheiros do impresso a trabalharem as potencialidades de multimídia. Tudo ainda incipiente.

O *Diário do Nordeste* experimenta um avanço em termos de práticas jornalísticas no Nordeste, embora tateie sobre qual o melhor caminho a percorrer tanto sob como explorar a desenvoltura de seus jornalistas, quanto oferecer produtos atrativos para a audiência e rentáveis para a empresa. São desafios que não se limitam ao jornalismo nordestino, é claramente observado em outras regiões. A resposta sobre a integração ou sobre como trabalhar com jornalistas integrados, multimídia ou “multitarefa” não se mostra, assim, tão evidente.

## Referências

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis, comprender los nuevos medios**. Buenos Aires. Ediciones Granica, 1998.

LOBO, Maria Rosa Pinto. Del Periodismo a la E-Prensa: un Cambio de Paradigma. In : GARCIA, Xosé, López. FARIÑA, Xosé Pereira. REY, XOSÉ Villanueva (Org).

**Investigar sobre periodismo II:** ponencias de lá reunião científica de la sociedad española de periodística (SEP). Servizo de Publicacións e Intercambio Científico. Santiago de Compostela, 2005.

MACHADO, Elias. KERBER, Diego Beal. ESPINOLA, Rodolfo. CAMINHA, Kaleu. **Plataformas de produção de conteúdos jornalísticos.** XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro. 2010.

MASIP, Pere. Rutinas periodísticas e internet en la información diaria. In: MASIP, P. y ROM, J. (eds.). En: **Trípodos** - La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance. Volumen extra publicado con las ponencias presentadas en el III Congreso Internacional Comunicación y Realidad. Barcelona, 2005. Disponível em <http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/con-rutinas-periodisticas-e-internet-masip-2006.pdf>. Acessado em 02 de janeiro de 2013.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo. Cultrix, 2007.

RODRIGUES, Naiana. **O homem atrás da máquina:** um estudo de caso sobre a reconstrução da identidade do jornalista de impresso diante do uso de novas mídias. Fortaleza, 2011. Dissertação. Universidade Federal do Ceará.

SALAVERRÍA e NEGREDO, Ramón e Samuel. **Periodismo integrado** – convergencia de medios y reorganización de redacciones. Universidade de Navarra, Espanha, 2008.

SILVA, Jan Alyne Barbosa. **Transformações no processo de produção da notícia:** in Bibliocom, revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –Intercom. Ano I, n. 1. São Paulo. 2009.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital.** Rio de Janeiro: Editora Puc-Rio e São Paulo. Edições Loyola, 2003. Trad. Maria Immacolata Vassalo Lopes

ZUBIZARRETA, José Larrañaga. **La práctica profesional en el proceso de convergencia mediática.** Una aproximación metodológica. Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura, número 37. 2008.

DIÁRIO DO NORDESTE. Diário: **10 Mil edições** - passado e presente. Publicado em 13 de dezembro de 2009. Disponível em: <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=705090>. Acessado em 02 de janeiro de 2013.

DIÁRIO DO NORDESTE. **Uma nova era no jornalismo.** Caderno Negócios. Publicado em 18 de janeiro de 2013. P. 6-7