

## Portal Gaz: desafios de produção multimídia e atualização contínua<sup>1</sup>

Diana de AZEREDO<sup>2</sup>

Cristiane LINDEMANN<sup>3</sup>

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

### Resumo

O tema central deste artigo é a rotina produtiva e o perfil do jornalista que trabalha para a web. Este recorte abrange a situação do Portal Gaz, do Grupo Gazeta, de Santa Cruz do Sul-RS. A partir de referenciais teóricos sobre jornalismo online, procuramos analisar o que ocorre na redação do site em termos de organização da equipe de reportagem e produção de conteúdo. Entendemos que, para melhor compreender o contexto das práticas jornalísticas na web, é necessário voltar o olhar para exemplos próximos, ainda que sejam pequenas peças desse grande quebra-cabeça que é o jornalismo.

**Palavras-chave:** jornalismo online; produção multimídia; Portal Gaz; atualização contínua.

### 1 Um olhar para dentro da janela do vizinho

Na intenção de compreender o bairro (para completar a metáfora). Com este artigo, pretendemos lançar um olhar sobre o Portal Gaz<sup>4</sup>, que, através de suas janelas, vê e se faz visto para o mundo. Localizado em Santa Cruz do Sul (Rio Grande do Sul), o veículo expande suas publicações no universo online. É por isso que, ao observá-lo, temos o objetivo de contribuir com os estudos sobre jornalismo online, na busca de compreender esse novo, amplo e (por isso) desafiador cenário.

A pergunta que nos move pode soar simples: qual é a rotina produtiva em um dos maiores sites do interior do Estado e o maior da região dos Vales do Rio Pardo e Taquari<sup>5</sup>? Porém, dela, decorrem outros questionamentos, como “qual é o perfil do jornalista que trabalha nesse portal?”, “de que modo o portal vem se adequando às transformações

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Unisc, email: [azeredo\\_diana@yahoo.com.br](mailto:azeredo_diana@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Unisc, email: [clindemann@unisc.br](mailto:clindemann@unisc.br)

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.gaz.com.br/>

<sup>5</sup> A Região do Vale do Rio Pardo é composta por 23 municípios e conta com uma população de 423.045 habitantes. A Região do Vale do Rio Taquari é composta por 36 municípios e conta com uma população de 334.438 habitantes. Ambas se localizam, uma ao lado da outra, na região central do Rio Grande do Sul, a cerca de 200 quilômetros da capital do Estado, Porto Alegre, e foram colonizadas, em sua maioria, por açorianos, italianos e alemães. Informações disponíveis em: <http://www.cicvaledotaquari.com.br/portal/index.php/cic-vt/o-vale-do-taquari/> e <http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/coredes/detalhe/?corede=Vale+do+Rio+Pardo>.

enfrentadas pelo campo jornalístico?” e “como os pesquisadores da área ajudam a explicar o que ocorre na prática diária desse veículo?”. É essa busca que justifica esse trabalho.

Pesquisa bibliográfica sobre jornalismo online e observação participante foram os métodos utilizados para a elaboração deste artigo. A investigação inicial foi realizada durante o primeiro semestre de 2015. Na tarde do dia 11 de junho de 2015, ocorreu a visita para acompanhamento das atividades e entrevistas com funcionários no Portal Gaz. A seguir, serão apresentados os dados da observação participante para, na sequência, propormos o debate teórico. Cientes das limitações do recorte aqui definido, empenhamos nossos esforços para oferecer uma contribuição que, mesmo modesta, ajude a ampliar a compreensão acerca do jornalismo online.

## **2 Portal Gaz: redação integrada, estrutura multimídia e atualização constante**

Fundado em novembro de 2009, o Portal Gaz pertence ao grupo Gazeta de Comunicação<sup>6</sup>. Apesar de ter iniciado suas atividades como veículo independente, desde 2012 sua redação funciona junto com a do jornal Gazeta do Sul, na Ramiro Barcelos, 1206, no centro de Santa Cruz do Sul. Segundo a editora Luana Rodrigues, essa proximidade física incentiva a interação entre as duas equipes.

No Portal Gaz há sete repórteres e uma editora: quatro graduados em jornalismo e quatro estudantes do curso. Em uma rotina de seis horas diárias e outras 24 horas mensais de plantão durante os fins de semana, eles produzem e divulgam matérias prioritariamente para as páginas online. Porém, é possível que os conteúdos sejam veiculados no jornal impresso e nas rádios de frequência AM e FM, também pertencentes ao grupo Gazeta. O mesmo ocorre com as produções feitas pelas equipes das outras mídias, que podem ser publicadas no Portal.

Diante deste cenário, a produção multimídia é incentivada. Por exemplo, ao repórter do impresso, é solicitado que grave um vídeo durante uma cobertura. Na equipe do Gaz, todos os repórteres sabem editar materiais audiovisuais. Os editores de cada editoria da Gazeta possuem senha para que possam publicar ou corrigir conteúdos do site. Na porta

---

<sup>6</sup> Em junho de 1943, o grupo fundou a Editora Santa Cruz. Sob a liderança de Francisco José Frantz, a primeira edição do jornal Gazeta de Santa Cruz circulou em 26 de janeiro de 1945. Com mudanças no formato e impresso em gráfica própria, o impresso passou a abranger a cobertura regional e, por isso, teve seu nome alterado para Gazeta do Sul. Com mais de cem acionistas, a então consolidada Sociedade Anônima criou a Rádio Gazeta AM, oficializada em maio de 1980. Três anos depois, em 14 de dezembro, o grupo inaugurou a Rádio Gazeta FM. Atualmente, cada um dos três veículos possui site e perfil em redes sociais, que se tratam de páginas específicas. O Portal Gaz, portanto, é identificado como um quarto canal, independente dos demais.

comumente utilizada pela equipe do jornal, um cartaz fixado serve como lembrete para quem sai a campo. Nele, está escrito: “Está saindo para uma reportagem? Não esqueça de produzir conteúdo multimídia!”.

Outra evidência física da preocupação com a produção multimídia são as poltronas e equipamentos de vídeo organizados junto à redação (Figura 1). Nesse espaço, são gravadas entrevistas para o Portal. Para facilitar a produção e divulgação de conteúdos online, cada funcionário trabalha com dois monitores. No domingo, 14 de junho de 2015, a estreia do uniforme para repórteres marcou mais um passo na consolidação do projeto de teleweb, com grade de programação, conforme adiantou a editora Luana, durante nossa observação. Há 70 anos, quando o jornal Gazeta iniciava suas atividades, um investimento semelhante a esse poderia ser considerado extravagante; hoje, contudo, o grupo tem condições tecnológicas disponíveis e já dá os primeiros passos para isso.

Figura 1 – Estrutura da redação impressa e online conta com poltronas para a gravação de vídeos



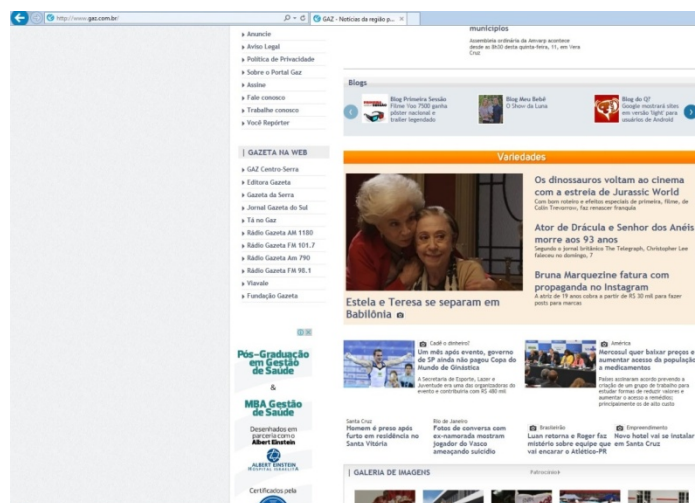
No Portal, o primeiro repórter chega às 7h e o último sai às 22h. São dois repórteres dedicados apenas às páginas esportivas e seus horários variam conforme os jogos. Além do jornal e da rádio, cuja programação deve ser acompanhada todas as manhãs para posterior atualização do site, outras fontes de informação para o Gaz são releases enviados pela Prefeitura e por entidades diversas, produções pagas de agências como a Press e a Brasil e outros sites.

Uma novidade implementada há cerca de quatro meses é o contato de *Whats App*. Por meio dele, além da pouco utilizada seção online “Fale conosco”, os leitores apresentam sugestão de matérias. Entre as interações para denunciar o mau comportamento do vizinho

ou para simplesmente saudar a equipe, aparecem indicações que são apuradas e transformadas em matérias.

Segundo a editora, a prioridade são temas relacionados à região dos Vales do Rio Pardo e Taquari. Porém, o monitoramento de acessos (em média, 1 milhão por mês), feito constantemente, sinaliza para uma forte preferência do público por conteúdos sobre celebridades e cultura pop. Um espaço destinado a esses assuntos permanece atualizado na página principal do Portal (Figura 2). Entretanto, paradoxalmente, Luana ressalta o cuidado ao divulgar essas postagens nas redes sociais. Quando percebem essas atualizações, os seguidores comentam que as notícias são fúteis e costumam questionar a credibilidade e os critérios de noticiabilidade do Gaz, criticando o trabalho da equipe. “O pessoal lê, mas nos xinga quando postamos”, explica a editora (informação verbal)<sup>7</sup>.

Figura 2 – Notícias sobre celebridades e cultura pop atraem centenas de internautas diariamente



A produção de matérias exclusivas, desde a ideia de pauta até a redação do texto, passando por saída a campo e realização de entrevistas, esbarra na falta de tempo. Conforme relatos da editora e dos repórteres, raramente é possível parar de atualizar o Gaz para se dedicar a uma reportagem especial (a atualização do Portal é feita, em média, duas vezes a cada turno). No caso da editoria de Esportes, a necessidade de veicular matérias produzidas por outros repórteres acentua-se pela estrutura inadequada dos estádios, com espaços pequenos e sem conexão com a internet. Na tabela a seguir, cada repórter estima sua média de trabalho.

<sup>7</sup> Comentário feito durante a observação participante realizada no dia 11 de junho de 2015.

Tabela 1 – Atualização do Portal é prioridade da equipe

<b>Repórter:</b>	<b>Matérias postadas:</b>	<b>Matérias produzidas (concepção da pauta, entrevistas e redação do texto):</b>
A	20 a 30 por dia	1 por mês
B	15 por dia	1 por mês
C	20 por dia	1 por mês
D	12 por dia	2 por mês
E	12 a 15 por dia	1 por mês
F	10 a 15 por dia	1 por mês
G	20 por dia	Não sabe precisar

Conforme a demanda do turno ou as preferências pessoais, cada funcionário se especializa em tarefas específicas, como a busca de conteúdos para blogs ou a ronda, que consiste em ligar para 47 órgãos de segurança pública da região. De manhã, a atualização costuma ser feita a partir das produções impressas e radiofônicas. À tarde, o número de releases aumenta e eles se tornam a principal fonte de conteúdo. Às 18h, um dos funcionários elabora e apresenta um boletim radiofônico sobre as três ou quatro matérias principais ou mais acessadas do Portal. Essa participação ocorre no “Redação Interativa”, programete veiculado pela rádio Gazeta.

Especializada em Jornalismo em Meios Digitais, a editora Luana explica que, considerando essa rotina produtiva, as habilidades mais valorizadas no profissional são versatilidade (capacidade de produzir para diferentes mídias) e pró-atividade (na sugestão de conteúdos para a atualização do Portal). Ela salienta que a estrutura do Portal Gaz, comparada a de outras empresas jornalísticas do Rio Grande do Sul, é bem desenvolvida e conta que outros diretores mantêm contato com o Grupo para entender como é possível organizar uma equipe deste porte. Para a editora, a produção multimídia é uma tendência que só deve crescer.

### **3 A prática no Portal Gaz sob a perspectiva de aportes teóricos**

Conceituar o jornalismo online ainda é um desafio para os pesquisadores. Esforços para identificar quais são as características específicas desse formato e apontar as mudanças decorrentes das novas tecnologias rendem páginas de livros e artigos desde as primeiras experiências na área (no Brasil, em 1995). Além da interatividade – possibilidade de

receptor e emissor invertem seus papéis, ampliando a participação do internauta na sugestão de pautas e produção de conteúdo –, a multimídia é um conceito que atrai grande atenção por parte dos estudiosos. Nas palavras de Aguiar (2009, p. 169),

Multimídia é uma característica do webjornalismo que significa a convergência dos formatos dos meios de comunicação tradicionais – jornal, rádio e televisão – para o relato do fato jornalístico. A tecnologia de digitalização da informação possibilita a inter-relação entre texto, imagem e som, não sendo apenas uma soma dessas três matrizes midiáticas, e sim uma produção discursiva disponibilizada de forma integrada e complementar pelo suporte web.

Apesar de não ser plenamente aproveitada no Portal Gaz, devido à demanda de atualização contínua, a possibilidade multimídia pode ser exemplificada com o material sobre a escolha das soberanas da 31ª Oktoberfest<sup>8</sup>. Durante a observação participante, uma repórter se dedicava a selecionar fotos para compor uma galeria de rainhas e princesas das edições anteriores e também experimentava a camisa do uniforme que utilizaria para gravar os vídeos da cobertura da disputa. Além disso, auxiliava os repórteres das Rádios (que faziam a entrevista com as candidatas) e do jornal Gazeta do Sul (onde seria veiculada uma matéria menor).

Entre os estudiosos que celebram as possibilidades do jornalismo online, podemos mencionar Pinho (2003). Ele assina uma obra com quase 300 páginas, nas quais descreve os processos tecnológicos da internet, oferecendo um manual de recursos a serem explorados por comunicadores. Assim como Jenkins (2009), além da análise de exemplos observados na virada do novo milênio, Pinho antecipa tendências referentes à produção, divulgação e consumo de conteúdos em rede.

São essas mesmas características de um novo meio como a World Wide Web – uma síntese de todas as mídias, com as vantagens visuais da TV, a mobilidade do rádio, a capacidade de detalhamento e análise do jornal e da revista, e a interatividade da multimídia – que tornam promissor o jornalismo na Web e podem representar uma nova revolução para a atividade. (PINHO, 2003, p. 113).

Não faltam pesquisadores para afirmar que se trata de tendência mundial a integração das redações de diferentes veículos de um mesmo grupo, com vistas à redução de custos e à produção multimídia. Entre as estratégias mais comumente observadas, estão: “integração

---

<sup>8</sup> Realizada, anualmente, no início do mês de outubro a Oktoberfest atrai milhares de visitantes e gera centenas de empregos diretos e indiretos. O evento, que reúne expositores comerciais e artistas locais e nacionais, é inspirado na festa da cerveja, de Munique, na Alemanha. Essas informações estão disponíveis em: <http://www.oktoberfestsantacruz.com.br/oktoberfest.php>.

técnica e organizacional das redações; uso de força de trabalho polivalente (o jornalista multimídia); aplicação de tecnologia flexível e de fácil uso (...); e expansão dos serviços tradicionais para as novas mídias”. (JORGE; PEREIRA; ADGHIRNI, 2009, p. 81).

Com base nos estudos desse trio de pesquisadores, é possível compreender o perfil do novo jornalista que se configura. Segundo os gestores de portais brasileiros entrevistados pelo grupo de estudiosos, há uma busca por conciliar habilidades técnicas e intelectuais. Saber escrever e editar vídeos são qualidades esperadas dos repórteres contratados, assim como analisar dados e pensar criticamente. Conforme o que pesquisaram em referências bibliográficas e empresas brasileiras, Jorge, Pereira e Adghirni (2009, p. 88) não são pessimistas:

O jornalista multimídia será o jornalista capaz de trabalhar com mais de uma mídia – e isso quase todos o são – e, sobretudo, será aquele que tem poderes para pensar qual será a melhor mídia para veicular a mensagem que ele selecionou, processou e hierarquizou para melhor mostrar a quem o lê, assiste ou ouve.

Porém, com outra perspectiva, estudiosos observam que, por conta das demandas do sistema pós-fordista de produção, os jornalistas acumulam funções e são valorizados pelo conhecimento técnico. Fonseca e Kuhn (2009, p. 59) apontam que “as empresas com perfil multimídia perseguem um profissional com habilidades igualmente multimídia (...). Um mesmo repórter deve dominar a técnica de modo a produzir conteúdos para a televisão, rádio, jornal e internet”.

Nas redações enxugadas, Rodrigues (2009) percebe que do jornalista é exigida a capacidade de aliar quantidade de informações (para a web) e qualidade de análise (para o jornal impresso). O acúmulo de tarefas tão distintas resulta em sobrecarga profissional e sub-aproveitamento dos potenciais do jornalismo online. “Tantas exigências podem acarretar, entre outras consequências, o baixo desenvolvimento das habilidades específicas do webjornalismo, encarado por muitos profissionais como um peso a mais em uma rotina extenuante de trabalho” (RODRIGUES, 2009, p. 22).

A convergência por meio da integração total das redações de impressos, on-line, rádio e TV pressupõe um pesadelo trabalhista. Ao receber a incumbência de cobrir um mesmo fato em texto, áudio e vídeo, um repórter se vê diante do desafio de cumprir a missão em tempo hábil, como em uma gincana, pressionado pela chefia em relação a horários de fechamento distintos – sem contar à burla à legislação, que exige formação específica para o exercício das funções de repórteres fotográfico e cinematográfico. (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 69).

Porém, essa demanda multitarefa sem retorno de “multisalário” não é “exclusividade nacional”. “No Brasil e no exterior, há crescente preocupação com a descaracterização do papel social do jornalista, travestido em uma espécie de banda-de-um-homem-só, um malabarista das ferramentas digitais”, aponta Kischinhevsky (2009, p. 58). Ele procura compreender esse fenômeno que envolve a escassa oferta de emprego, a grande quantidade de profissionais (especialmente, os cerca de 14 mil recém-formados anuais, ávidos para mostrar suas produções), o desrespeito à legislação e a fusão de redações em grupos de comunicação multimídia.

Para o pesquisador, o problema precisa ser analisado dentro de um contexto maior do sistema capitalista. “A precarização do mercado de trabalho do jornalista deve ser vista, portanto, a partir de uma perspectiva ampla, que abarque a mudança estrutural da economia ocorrida em nível global, rumo a um modo de produção pós-fordista.” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 67).

Considerando essa rotina de produção, talvez o portal Gaz, mesmo inserido em um contexto pós-massivo<sup>9</sup>, desempenhe funções de mídia massiva. Lemos (2009) lembra as diferenças entre um formato e outro. Segundo ele, ao contrário da emissão de conteúdos liberada, com fluxos bi-direcionais e nichos de circulação específicos, os processos massivos apresentam controle editorial da emissão, por grandes empresas financiadas por publicidade. O que se pretende é estar alinhado às expectativas do maior número de pessoas possível, já que a quantidade de anúncios tende a aumentar na proporção da quantidade de acessos.

Outra maneira pertinente de refletirmos acerca do que ocorre no Gaz é por meio da retomada de características do jornalismo online, identificadas por Machado et al (2007, p. 118): “hipertextualidade, multimidialidade, interatividade, personalização, memória, instantaneidade e atualização contínua, ausência de limites espaciais”. Em vez de abranger um pouco de todas, o portal acaba supervalorizando a possibilidade de se atualizar continuamente. Um alerta em relação a esse risco vem de Aguiar (2009, p. 171): “o privilégio dado para a instantaneidade e a quantidade de notícias ocorre em detrimento do aprofundamento do noticiário”.

#### **4 Considerações finais: além das mídias, o potencial do mediador**

---

<sup>9</sup> Como contexto pós-massivo, Lemos (2009) considera o atual tempo de produção de conteúdos tanto por emissores quanto por receptores, em um fluxo interativo de todos produzindo para todos, sem controle de um chefe ou de um grupo, possibilitando o investimento em nichos específicos, personalizando materiais.



Sem deixar de celebrar a existência do Portal Gaz e de reconhecê-lo como um dos mais importantes veículos da região dos Vales do Rio Pardo e Taquari, é importante problematizar o fenômeno e identificar as possibilidades de melhoria no processo. A partir deste estudo, ficou evidente que a baixa produção jornalística (entendida como concepção da pauta, entrevistas e redação do texto) é consequência da forte demanda por multimídia e atualização contínua.

Incumbidos das tarefas de substituir repórteres do jornal impresso e de produzir boletins diários para a rádio, a equipe do site focaliza os esforços na tentativa de manter as páginas online atualizadas continuamente. Nessas condições, editar e publicar releases, produções de agências contratadas e conteúdos de outros portais tornam-se as opções mais viáveis.

Além de não aproveitar as outras possibilidades do jornalismo online (como a personalização e a interação), o Gaz deixa de abranger características da própria prática jornalística (interpretação da realidade, por exemplo). E se o veículo oferece, em grande quantidade, matérias pasteurizadas e superficiais, quem acaba perdendo é o internauta. Para exercer seu papel de cidadão, em uma sociedade democrática, essa pessoa que acessa o Portal precisa receber uma informação de qualidade.

Considerando, especialmente, a equipe do Gaz, composta por sete repórteres, sendo quatro estudantes de jornalismo, a esperança pode estar nesse sujeito enquanto mediador social. Se visto dessa forma, para além do rótulo limitado de “jornalista multimídia”, talvez esse funcionário tenha suas potencialidades incentivadas e desenvolvidas.

A capacidade intelectual, o pensamento crítico e a postura interpretativa de quem está entre as fontes e os receptores fazem desse emissor alguém diferenciado, com um papel claramente identificado. Reflexões como essa, quando provocadas em contato direto com profissionais e estudantes, talvez sejam necessárias e urgentes. Na busca de compreender o que significa ser jornalista online, não podemos esquecer do primordial, ou seja, o que é ser jornalista.

### **Referências:**

AGUIAR, Leonel. A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo on-line**: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina. 2009.

FONSECA, V. P. S; KUHN, W. L.. Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional. **Revista Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, p. 57-69, jul. 2009. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/11053/7390> - acesso em 16 jul. 2015.

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: Editora Sulina. 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, T. M.; PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. Jornalismo na Internet: desafios e perspectivas no trinômio formação/universidade/mercado. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina. 2009.

LEMOS, André. Prefácio: Nova esfera conversacional. In: MARQUES, A. et al. **Esfera Pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

MACHADO, E. et al. Plataforma panopticon: um jornal laboratório, multi-usuário e descentralizado. In: \_\_\_\_\_; PALACIOS, Marcos (Org.). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & softwares**. Salvador: EDUFBA, 2007.

PINHO, J. B.. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

RODRIGUES, Carla. Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina. 2009.