

A CONVERGÊNCIA COMO INSTRUMENTO DE RENOVAÇÃO/CONSERVAÇÃO DO JORNALISMO EM GALÍCIA:

estratégias e indefinições

Copyright © 2012
SBPjor / Associação
 Brasileira de
 Pesquisadores em
 Jornalismo

XOSÉ LÓPEZ GARCÍA
Universidad de Santiago de Compostela
 MOISÉS LIMIA FERNÁNDEZ
Universidad de Santiago de Compostela
 CARLOS TOURAL BRAN
Universidad de Santiago de Compostela
 JOSÉ PEREIRA FARIÑA
Universidad de Santiago de Compostela

RESUMO - Este artigo faz uma reflexão teórica sobre o conceito de convergência na Comunidade Autónoma da Galícia, na Espanha. Nesta área geográfica, caracterizada pelo seu respeito à tradição jornalística (principalmente ligada à imprensa) e sua inércia, é possível distinguir duas atitudes diferentes (conflitantes mesmo) com o fenômeno de convergência. Coexistem, portanto, estratégias de conservação (concentrando-se principalmente no lado do negócio do fenômeno convergente) com estratégias de renovação (criação de novos espaços na web, grande aposta nas possibilidades das novas tecnologias e das redes sociais). Apresentamos um estudo analítico sobre a coexistência dessas duas interpretações da convergência (mercadológica e tecnológica, respectivamente) no ecossistema comunicativo da Galícia. Podemos detectar o início de uma tensão dialética entre os discursos de renovação e conservação que atualmente convivem em harmonia. Supõe-se que, com o passar do tempo, a indústria de informação da Galícia opte para a rota que garanta a sobrevivência dos seus meios de comunicação.

Palavras-chave: Convergência. Cibermeios. Jornalismo 3.0. Social Media.

CONVERGENCE AS A RENOVATION/ CONSERVATION TOOL FOR JOURNALISM IN GALICIA

strategies and uncertainties

ABSTRACT - This paper offers a theoretical reflection on the concept of convergence in the Autonomous Community of Galicia, in Spain. In this geographic area, marked by its respect for journalistic tradition (especially referring to the press) and its inertia, it is possible to distinguish two different attitudes (actually conflicting) with regard to the convergence phenomenon. Conservation strategies coexist, therefore, (focusing mainly on the business aspect of the convergent phenomenon) with renovation strategies (creation of new spaces on the web, great commitment to the possibilities offered by new technologies and social networks). We are presenting an analytical study of the coexistence of these two interpretations of convergence (marketing and technological, respectively) in the communication ecosystem of Galicia. We can recognize the beginning of a dialectic tension between the discourses of renovation and conservation which at present coexist in harmony. It is assumed that the information industry in Galicia will eventually choose the path that guarantees the survival of its media.

Keywords: Convergence. Cybermedia. Journalism 3.0. Social Media.

A CONVERGÊNCIA COMO UM FENÔMENO ESTRUTURAL

A convergência é produto da convergência das tecnologias da informação e comunicação (TICs) e marca e define a tendência comunicativa nos meios de comunicação do século XXI. Estamos a assistir a uma transformação em tempo real, está sendo criada uma nova forma de fazer jornalismo, uma vez que a construção das mensagens aparece caracterizada pela *multimedialidade*, o *hipertexto* e a *interatividade* (DÍAZ NOCI, 2001, p. 25).

No início da década de 1990, a internet estava em sua infância e era um mundo acessível apenas para os iniciados, com índices de penetração misérrimos e muito longe dos países à nossa volta. Com o passar dos anos a nossa sociedade tornou-se uma *sociedade-rede* (CASTELLS, 2000) em que a informação se torna um instrumento de poder dentro de uma economia global cinzelada no conhecimento. Daí a importância primordial da mídia, grandes cultores e guardiões da transmissão de informações.

A convergência tecnológica significou uma verdadeira revolução na sociedade do século XXI, e os meios de comunicação também foram afetados nas suas estruturas e conteúdos. Não só os antigos modelos de produção de notícias foram alterados (PATERSON; DOMINGO, 2008; TREMAYNE; WEISS; ALVES, 2007), mas a mídia também abriu suas “portas” para conteúdo gerado pelo usuário, permitindo e incentivando a inclusão de comentários, fotos, vídeos, *blogs* e até mesmo artigos feitos pelos leitores (para exemplos e as implicações deste fato incontroverso, consulte DOMINGO *et al.*, 2008; HERMIDA; THURMAN, 2008; THURMAN, 2008).

O grupo de pesquisa *Infotendencias* (constituído por pesquisadores e professores de Ciberjornalismo de doze universidades espanholas) é formalmente constituído em 2002 por ocasião do projeto coordenado intitulado “O impacto da Internet sobre os meios de comunicação em Espanha”, financiado pelo Ministério da Ciência e da Tecnologia da Espanha, de 2002 a 2005. Este projeto foi o primeiro estudo geral sobre a imprensa na Espanha quando se completaram dez anos de atividade de mídia digital em nosso país. Ele também serviu para definir o conceito de *cibermeio* e suas características essenciais, e também analisar as transformações que produziram os cibermeios em outros meios de comunicação.

Este primeiro projeto, destinado a fazer a primeira cartografia geral dos cibermeios na Espanha, aproveitou a oportunidade para também lançar luz sobre a história recente, o perfil editorial e os desafios para o futuro dessas mídias digitais. O resultado deste esforço é refletido

no livro coletivo intitulado *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España* (SALAVERRÍA, 2005).

Este artigo é o resultado de um projeto de investigação coordenado financiado pelo Ministério de Educação e da Ciência de Espanha entre 2006 e 2009. É a continuação lógica da macroinvestigação começada em 2002 quando se formou a rede colaborativa nacional *Infotendencias*. Neste projeto foram envolvidos mais de trinta pesquisadores de 12 universidades diferentes, distribuídos em quatro subgrupos, especializando-se em áreas temáticas significativas.

O objetivo deste projeto mais recente foi o de fazer um estudo abrangente e sistemático das características, processos e conseqüências da convergência nos meios de comunicação na Espanha. Esta pesquisa concentrou-se especificamente sobre quatro aspectos proverbiais da convergência: *tecnologías, conteúdos, mídia e empresa*. Desta forma, nós fornecemos à mídia espanhola referências empíricas bem fundamentadas sobre os riscos e benefícios dos processos de convergência. Por fim, estamos a realizar o ambicioso projeto coordenado intitulado “Evolución de los cibermedios españoles en el marco de la convergencia” em que iremos estudar o novidoso fenômeno da convergência (nos seus diferentes aspectos) e como afetou à mídia.

Ao mesmo tempo, o grupo de pesquisa *Novos Medios* realizou vários estudos sobre os cibermeios galegos e a sua adaptação à nova realidade formada pela explosão da internet e a vinda de novas formas de comunicação social. Assim, levamos a cabo diversos projetos de investigação no âmbito da pesquisa financiada pela *Xunta de Galicia* intitulada “Tendencias na converxencia dos medios de comunicación de Galicia”.

O grupo de pesquisa *Novos Medios* realiza a sua atividade de investigação em um foco duplo. Por um lado, o estudo do âmbito espanhol e, por outro, podemos concentrar a nossa atenção de forma complementar na área galega. Acreditamos que é muito útil contrastar e enriquecer os dados obtidos na região da Galícia com os obtidos na pesquisa nacional. Desde 2006 compatibilizamos a pesquisa nacional (e internacional) com o estudo de uma realidade muito próxima como a galega. Isso nos serve como um pequeno laboratório no qual aplicar o *know-how* e os resultados da investigação geral para entender os processos evolutivos da Comunidade galega. E, num futuro próximo, tais dados servem para prever cenários e circunstâncias futuras e fornecer ideias para a mídia galega e assim poder alcançar uma comunicação forte, autônoma e uma competitiva indústria no complexo do século XXI.

Desta forma, ambos os estudos e abordagens são

complementares e são parte de uma estratégia iniciada pelo grupo de pesquisa em 2006 e que continuará a ser desenvolvida no futuro. No caso galego, é mais interessante do que nunca continuar com este estudo após a chegada brilhante nos últimos meses de um bom número de mídias em internet com modelos de negócio inovadores.

Os estudos realizados por *Infotendencias* (a nível nacional) e pelo grupo de pesquisa *Novos Medios* (sobre os cibermeios galegos) são o produto da necessidade inalienável de analisar um novo campo dentro dos estudos sobre Comunicação, com os cibermeios como a ponta do iceberg.

Juan Varela fala de “Jornalismo 3.0”, como o epitome e consequência lógica da introdução de novas tecnologias na atividade jornalística. O jornalismo 3.0 está ligado ao espírito do não conformista com o poder e fronteiro com o ativismo político e social que caracterizou o novo jornalismo americano da década dos anos sessenta. O jornalismo 3.0 inclui alguns dos recursos das principais revoltas do século passado contra o conceito tradicional de informação e, acima de tudo, a posição do autor, a subjetividade e seu uso e o questionamento do dogma da objetividade.

Para Varela, a era do jornalismo 3.0 é a era do jornalismo participativo. Em sua opinião, o jornalismo cidadão ou jornalismo participativo seria a versão 3.0 do jornalismo digital:

- **Jornalismo 1.0** é o que transcende o conteúdo analógico tradicional ao ciberespaço.
- **Jornalismo 2.0** é a criação de conteúdo de e para a rede.
- **Jornalismo 3.0** socializa esse conteúdo e a própria mídia (VARELA, 2005).

Neste ponto, percebemos sem dúvida que a indústria da comunicação vive grandes transformações nos níveis global e local. A recessão econômica iniciada nos anos de 2009 e 2010 tem levado a um acentuado declínio do volume de negócios (com perdas significativas nos ingressos por publicidade e diminuição da difusão, especialmente na mídia impressa) e consideráveis cortes de pessoal.

Num contexto de liberalização e desregulamentação progressiva, a integração da Espanha na União Europeia e a velocidade com que tem avançado o processo de internacionalização tecnológica, econômica e comunicativa marcaram o caminho destas remoções, pouco planejadas e quase exclusivamente sujeitas às leis do mercado. No caso da Galícia, este processo foi também afetado pela descentralização progressiva do

Estado espanhol e a consolidação das autonomias, com a consequente transferência de competências culturais e comunicativas.

O surgimento da internet marcou uma viragem em matéria de comunicação e abriu novas perspectivas para a indústria da comunicação, que encontrou na digitalização um caminho de transformação radical, tanto no mapa da mídia como em sua relação com os usuários. A modernização do sistema de infraestruturas tecnológicas, especialmente no âmbito das telecomunicações (cabo, satélite) e o crescimento e o posicionamento de grandes grupos de comunicação com estratégias locais e globais levou a sucessivas mudanças na paisagem da mídia, com os grandes grupos reforçados graças a novas aquisições e com diferentes processos de concentração em curso, continuando hoje e em alta velocidade. Por seu lado, pequenos grupos estão tentando encontrar seu próprio espaço neste novo cenário.

Neste contexto, as possibilidades abertas pela convergência, com uma melhor utilização dos recursos e uma maior integração das diferentes áreas de produção e distribuição de produtos de base, bem como a emergência de novos perfis profissionais, aparecem como uma opção a qual parecem querer unirem-se muitas empresas. São cada vez mais numerosas as vias de participação do usuário na elaboração de produtos informativos, a oferta cada vez se fragmenta mais, aparecem novos atores... É configurado, por conseguinte, um novo panorama que deve concentrar toda a nossa atenção como pesquisadores no campo da comunicação e da mídia.

Diversas atitudes ante o fenómeno convergente

Como indicamos anteriormente, no âmbito espanhol se produziu uma grande mudança no setor das comunicações nos últimos quinze anos. Após a introdução do primeiro cibermeio no ano de 1994¹, os meios de comunicação tradicionais têm sido afetados em muitos traços que os tinham caracterizado por décadas. Atualmente, as organizações de mídia mostram as consequências diretas e imediatas do impacto da tecnologia digital em seus conteúdos e em seus processos produtivos. Enfrentam o desafio de adotar (e adaptar) novos modelos de gestão editorial multiplataforma que alteram substancialmente o processo de fornecimento de conteúdos, o perfil profissional dos jornalistas e processos de gerenciamento de informações.

No entanto, grande parte da mídia tradicional (especialmente a imprensa escrita) tem hesitado em atualizar e adaptar o seu pensamento para a nova paisagem. Esta atitude reacionária tem algum significado

e importância nos lugares onde o jornalismo está fundamentalmente ligado à indústria de imprensa e comunicação escrita nas mãos de famílias proprietárias de meios de comunicação. Este é o caso da Comunidade Autónoma de Galícia, que consideramos muito importante pelas particularidades da sua indústria da informação, caracterizada historicamente por uma concepção tradicional da profissão e a resistência a adotar inovações. Outro importante ponto fraco das empresas galegas refere-se à linha informativa, pouco equidistante dos diferentes atores envolvidos na sociedade galega, especialmente das autoridades públicas e dos grandes grupos económicos (CAMPOS; LÓPEZ, 2000, p. 24).

É muito interessante estudar os movimentos que ocorrem em um âmbito geograficamente definido como o galego e em uma indústria que vive sob a longa sombra de transformações económicas e tecnológicas que caracterizam a evolução do hipersetor nos últimos tempos (em particular, nos últimos vinte e cinco anos). Estes desenvolvimentos na criação de infraestruturas de comunicação (internet, redes de cabo etc.), com a consequente expansão dos meios de comunicação e canais de divulgação e distribuição de informação, são produzidos a nível mundial (especialmente nos países mais economicamente desenvolvidos) e têm um impacto importante nas áreas locais, como no caso da Galícia. Esta nova infraestrutura, sem uma resposta definida na criação de conteúdos da proximidade e na defesa da biodiversidade regional a nível mundial, são os “*pipe-lines*” da penetração unidirecional de conteúdos externos e uma maneira potencial de erosão das identidades locais (DÍAZ NOSTY, 2007, p. 414). Daí a importância proverbial das indústrias de mídia local. E as respostas que elas oferecem no atual contexto convergente e tecnológico do século XXI.

Nós mencionamos antes que estamos no meio de um processo de adaptação a um ecossistema de mudanças que tem subvertido o discurso tradicional unidirecional da mídia de massa. Estamos agora em um novo cenário no qual os leitores podem livrar seu papel tradicionalmente passivo e tornarem-se consumidores, mas também usuários e produtores de informação. Com a narração hipertextual se pressupõe uma redefinição completa dos elementos presentes na cadeia de comunicação. A tecnologia digital emula um diálogo no qual os usuários são envolvidos constantemente, mas não somente quando você escolhe os percursos, mas também agindo sobre os limites do texto.

É por isso que consideramos muito interessante analisar como a mídia na Galícia reagirá às mudanças que gera a convergência. Como já referimos, a indústria de comunicação galega é um contexto

conservador e profundamente ligado à concepção mais tradicional da profissão. Percebemos claramente que o fenômeno convergente é toda uma realidade que afeta globalmente à mídia. No entanto, é um processo que também necessariamente atende às especificidades locais. É nas áreas locais onde a convergência adquire uma importância vital para a ordem de comunicação do mundo futuro.

O cenário da comunicação no início da segunda década do terceiro milênio, é marcado pelo processo de desaparecimento do mundo analógico para deificar o espaço digital, que descansa sobre a convergência das telecomunicações, as tecnologias da informação e as indústrias de conteúdos. As transformações no campo da tecnologia da informação e comunicação (TICs) anunciaram uma nova era, saudada com otimismo pelos “tecnomundialistas” e com pessimismo pelos críticos que temem o controle dos meios de comunicação. São muito poucos os que procuram, por meio de uma posição reformista, uma reflexão serena para tirar proveito das inovações tecnológicas e construir uma sociedade mais justa. Mas o que ninguém pode negar é a magnitude da revolução tecnológica que orienta a sociedade da informação e do conhecimento.

Na Galícia também houve uma distinção clara entre apocalípticos e integrados, entre *tecnófilos* e *tecnófobos*; ou seja, entre os setores mais tradicionais e aqueles mais progressistas (que introduzem e incentivam a participação dos cidadãos no jornalismo e utilizam as redes sociais). Em uma sociedade economicamente conservadora como a galega, tem lógica que a convergência seja concebida a partir da mídia corporativa como um processo com uma vertente basicamente empresarial. O principal tema de discussão e debate (bizantino) é o estabelecimento de um **modelo de negócio** rentável para o jornalismo em rede.

O fenômeno de convergência não é um fenômeno unívoco, mas sim é definido pela diversidade de interpretações que dão origem a novas tecnologias de informação e comunicação e a sua influência no domínio das empresas de comunicação. Assim é possível realizar uma abordagem mercadológica, tecnológica, socioeconômica etc. A literatura científica sobre o fenômeno de convergência parece centrar-se em três áreas distintas: o lado do negócio (processos de concentração econômica, por exemplo), o lado profissional (especialmente vinculado para as remoções que ocorreram na profissão jornalística e na cultura profissional) e, finalmente, o lado dos conteúdos (hibridização de formatos, criação de conteúdo multimedia...). Embora a convergência tenha produzido graves alterações nas três áreas acima, a maioria das empresas na comunicação tende a relacionar este processo com a sobrevivência do jornalismo

propriamente dito como uma atividade profissional.

É por isso que, embora o processo de convergência seja um fenômeno poliedral, com muitas arestas, as interpretações econômica (ou mercadológica) e tecnológica são compreendidas como predominantes em determinados espaços. No caso da Galícia, como veremos, os setores mais tradicionais interpretam o processo de convergência como um fenômeno estritamente econômico e de sobrevivência do negócio. Por seu lado, têm aparecido nos últimos tempos na Galícia novas estratégias e modelos que privilegiam o lado tecnológico da convergência na busca de uma relação mais igualitária entre utilizadores e produtores de informação.

Dentro da mídia galega, agora é possível identificar de modo nítido duas atitudes ou estratégias divergentes diante do fenômeno da convergência. São as seguintes:

1. **Estratégias de conservação.** Estas atitudes são principalmente destinadas a uma concepção da convergência com uma vertente basicamente empresarial. Processos de concentração e movimentos estratégicos são destinados a economizar custos com a convergência de redações. Estas estratégias são caracterizadas por sacrificar a aposta tecnológica para perpetuar as suas estratégias e as suas concepções.
2. **Estratégias de renovação.** Há uma segunda concepção (mais relacionada com as mudanças provocadas pela convergência tecnológica) que não hesita em ceder espaço para as experiências inovadoras e fornece novos espaços na *web*. Estas estratégias apostam fortemente nas redes sociais e nas novas tecnologias. Baseiam a sua ideologia na busca de novos modelos nas proximidades da “sensibilidade 3.0”: apoio à participação dos usuários (tanto nos termos econômicos, com o *crowdfunding*, como na preparação da informação, através da distribuição de conteúdos).

Análise de exemplos das duas atitudes

Nesta posição, estudaremos as duas atitudes afirmadas na seção anterior, mas em relação à área galega. Como já foi mencionado, o ecossistema comunicativo galego caracteriza-se por duas qualidades: fraqueza de negócios (com graves déficits iniciais que são perpetuados com a passagem do tempo) e propriedade familiar. Desta forma, são facilmente identificadas duas tendências (sentido conflitante) em torno da convergência.

1 Mídia tradicional e convergência

A mídia na Galícia tem sido caracterizada pelo desenvolvimento de estratégias de conservação (especialmente em tempos de crise ou recessão, como o atual). A sua é uma concepção reacionária e tradicionalista da profissão e da sociedade informativa. Esta posição é parcialmente devida às políticas de patrocínio realizadas pelos governos regionais. Não em vão, grande parte dos rendimentos destes meios de comunicação (especialmente da imprensa escrita) vem de acordos assinados com a *Xunta de Galicia* em troca de publicidade institucional e prebendas várias. Alguns diários galegos só sobrevivem graças às contribuições dos dinheiros públicos pelos governos regionais. Daí a pouca ou nenhuma beligerância com o poder dessas mídias.

A sobrevivência é o objetivo indissimulável dessas mídias; os fenômenos convergentes são observados com preocupação e ceticismo pelos seus criadores. A incorporação de mecanismos de participação dos leitores ou novas maneiras de produzir conteúdos ocorrem a contagotas. Se ocorrem, são uma adaptação às novas tecnologias hipócrita e forçada pelas circunstâncias. Estes meios certamente temem perder sua primazia no discurso informativo. Não nos esqueçamos de que a prática de excluir o público do processo de comunicação, com as restrições à sua participação, está relacionada com as configurações históricas dos meios de comunicação (AZNAR, 2005, p. 213).

Como um corolário do trabalho de investigação efetuado no decurso do projeto intitulado “Tendencias na converxencia dos medios de comunicación en Galicia”, o grupo de pesquisa *Novos Meios* lançou um livro homônimo no qual foram analisadas as estratégias convergentes e as atitudes de onze cibermeios (os mais representativos) galegos nos últimos anos². A análise global dos cibermeios galegos permite concluir que, em termos gerais, as publicações digitais seguem os padrões tradicionais de processamento das informações e descuidam, por conseguinte, das possibilidades oferecidas pela internet. Além disso, apresentam deficiências estruturais que lastram os recursos hipertextuais disponíveis em rede.

Tal como referido no relatório,

esta pesquisa permite ver uma reconfiguração da indústria de mídia de Galícia que segue as diretrizes do que entendemos por convergência. São processos de integração, conduzidos por questões da cena econômica (especialmente da crise) e de necessidades estratégicas (para prosseguir com a diversificação e fazer melhor uso dos recursos disponíveis). Desta forma, prestam muita atenção para uma melhor coordenação das diferentes áreas de negócio (CALVO *et al.*, 2012, p. 310).

Concluimos, pois, que os cibermeios galegos (intimamente relacionados com a imprensa escrita: a maioria tem uma versão impressa anterior à digital) e seus orientadores compreendem o fenômeno convergente em seu lado estritamente comercial e mercadológico e deixam em um segundo nível as transformações nos perfis profissionais, o relacionamento com os usuários e o público ou a hibridização de formatos informativos.

2 Novas experiências de recente criação

Nos últimos meses, apenas quando a recessão econômica em Espanha e na Europa intensificou-se, ganhou força especial uma aposta em modelos de informação nova e renovada. Em oposição ao conceito de mídias mais tradicionais, os novos cibermeios (paradoxalmente, decorrentes da crise) galegos caracterizam-se por uma aposta nas redes sociais e por promover a participação dos usuários/leitores na informação.

A Galícia foi sempre uma das comunidades autônomas com o maior percentual de jornais *per capita* de toda a Espanha. No entanto, nos últimos dois anos desapareceram seis meios que aprimoram a língua galega. Em 2011, no intervalo de um mês, desapareceram duas publicações: *Xornal de Galicia* e *Galicia Hoxe*. *Xornal de Galicia* foi o único jornal escrito inteiramente em galego. *Galicia Hoxe* foi um projeto jornalístico de orientação progressista patrocinado pelo empresário Jacinto Rey em dezembro de 2008 que outorgava grande importância à informação produzida em galego.

Estas duas publicações foram o mais recente em uma longa lista que contém publicações históricas como *A Nosa Terra*, um semanal centenário, primeiro órgão e veículo de expressão do nacionalismo galego. Ele foi seguido de outras publicações com grande influência como *Vieiros*, o primeiro grande portal *web* da Galícia que começou no final da década de 1990 e que foi uma referência informativa galega na rede; eles também finaram *GZ Nación*, um jornal digital lançado durante o governo biclique de esquerdas e muito próximo ao nacionalismo, ou *A Peneira*, o grande jornal regional da Galícia.

Em última análise, o agravamento da crise econômica e a ascensão ao poder do Partido Popular na Galícia sufocaram a mídia escrita em galego (historicamente ligada aos movimentos políticos de esquerda). A lista de mídia que desapareceu aumentou todos os meses. Até o ano de 2012.

Neste ano, até agora, é possível identificar quatro novas iniciativas de comunicação integralmente realizadas em galego. Já no

final de 2011 o jornal quinzenal *Diagonal* apresentou a sua versão em galego [<http://www.diagonalperiodico.net/-En-Galego-.html>] graças a uma equipe de tradução feita por contribuintes de *Diagonal* com o objetivo de consolidar um espaço digital galego.

Além desta iniciativa, três experiências inovadoras jornalísticas em língua galega surgiram no início de 2012. São *Praza pública* [<http://praza.com/>], *Dioivo* [<http://www.dioivo.eu/>] e *Sermos Galiza* [<http://sermosgaliza.com/>]. Enquanto cada uma dessas mídias goza de características distintas e autônomas, tudo parte de um fluxo que alcançou grande força na Galícia. Com o agravamento da crise econômica e o desaparecimento gradual dos espaços de comunicação em galego, tem havido um rearmamento da consciência crítica “galeguista”. Estes três meios de comunicação têm vindo à luz graças ao financiamento como as estratégias de *crowdfunding*. Eles partilham, além do financiamento coletivo, a aposta nas redes sociais e a participação dos leitores na elaboração da informação. Não é casual que eles têm uma grande rede de colaboradores e uma listagem interminável de *blogs* temáticos. Embora seja uma estratégia local, não é muito longe de ser o modelo criado por *The Huffington Post*, caracterizado pelo marketing viral, a presença nas redes sociais e a colaboração dos usuários/leitores.

Conclusões

No contexto atual, ninguém pode negar o fato de que a revolução produzida com a brilhante chegada das redes sociais (e antes, das TICs) atinge a todas as áreas da sociedade. Como parte fundamental da sociedade humana, também o jornalismo é afetado pelas enormes transformações causadas pela internet. São mudanças não só em termos de concentração empresarial; também afetam ao papel profissional do jornalista, à produção de informações, canais de distribuição etc.

É possível que a mídia de massa tradicional, com base em uma concepção unidirecional (de um para muitos) do processo comunicativo esteja em vias de extinção. Na sociedade de hoje, as novas tecnologias de informação e comunicação são propícias à existência de uma bidirecionalidade potencial na qual os usuários/leitores podem tornar-se por sua vez produtores de informações e de conteúdos.

Neste artigo nós tentamos verificar a extensão do fenômeno convergente em um âmbito tradicional e pouco dado à experimentação jornalística. É por isso que nós escolhemos a mídia na Galícia, um cenário no qual as indústrias da informação foram caracterizadas historicamente pela sua inação, por não aceitar de bom grado as inovações e por tentar manter

o *status quo* a todo o custo. O caso galego é de particular interesse porque é confrontado este reacionário imaginário coletivo com a emergência das redes sociais e das novas formas de interação e comunicação.

Como já mencionamos, a mídia galega é definida pelo seu carácter tradicional, fraco de inovações e desenvolvimentos. Os principais meios de comunicação foram obrigados a mudar pela grave crise econômica (vinculada a um declínio alarmante das receitas de publicidade) e uma das medidas tomadas foi a integração de redações (confluência das redações do cibermeio e da versão impressa). A aposta na integração, em vez de uma convicção dos empresários da informação responde às necessidades de redução de despesas. Lembre-se que, desde 2009, as receitas de publicidade da mídia em Galícia têm diminuído gradualmente (atualmente, a descida é superior a 30% do volume de negócios) e seus planos de expansão e diversificação têm sido abrandados, especialmente no domínio da televisão digital terrestre. A crise tem feito com que as grandes corporações de comunicação em Galícia paradoxalmente focalizem na sobrevivência de sua mídia impressa, deixando à parte as novas oportunidades de negócio oferecidas pela internet. Se eles optaram por figuras ou fenômenos encontrados na convergência de tecnologias (tais como, por exemplo, o jornalista multimídia ou multitarefa que elabora informações para os jornais, para o cibermedio e até mesmo para a televisão) não foi por convicção, mas porque assim podem economizar custos e recursos humanos e minimizar perdas.

Identificamos duas tendências (aplicáveis a nível internacional, para outras realidades geográficas mais ou menos distantes) que chamamos: “estratégias de conservação” e “estratégias de renovação”. Na verdade, as primeiras estratégias são as que historicamente têm definido o panorama comunicativo da Comunidade Autônoma da Galícia. A segunda destas é muito recente e é resultado da combinação de uma recessão econômica que estrangula a mídia com as possibilidades oferecidas pelas inovadoras redes sociais ao jornalismo do século XXI. A falta de definição da profissão e a busca desesperada de um modelo de negócio rentável conduziram ao nascimento de novas experiências. A mídia galega historicamente tem contado com subsídios e apoio institucional. Agora, com a crise econômica, parecem surgir iniciativas de renovação do jornalismo. Talvez este seja um dos pontos positivos da crise econômica que afeta a Europa com particular virulência.

Em uma sociedade em ebulição, em que já podemos falar de nativos digitais e de jornalismo 3.0, aparecem dois caminhos à nossa frente. A eleição parece inevitável: renovar ou morrer; embora a

imprensa escrita certamente se recuse a morrer e deixar espaço para novos produtos que surgiram com a internet. Será que, como expõe Bill Keller (ex-diretor do *The New York Times*), os jornais serão dinossauros? Mas os dinossauros passaram pela terra durante milhões de anos...

NOTAS

- 1 Em setembro de 1994 começou a publicar na internet hispânica um *site* informativo, o boletim oficial do Estado, considerado por alguns autores (ARMAÑANZAS *et al.*, 1996, p. 128-131) como o primeiro cibermeio espanhol. No entanto, Javier Díaz Noci e Koldo Meso têm apontado a uma revista cultural valenciana, *El Temps*, tal como a antecessora do boletim oficial do Estado em alguma data não especificada do verão daquele mesmo ano (DÍAZ NOCI; MESO AYERDI, 1999, p. 20). Se assim for, o pioneiro da condição do ambiente de internet hispânica corresponderia a esta publicação que, lembre-se, por ser uma revista cultural carece de atualização diária.
- 2 O principal critério para a escolha dos onze cibermeios objeto de estudo é a sua representatividade com base na audiência, orientação ideológica e interesse público. Esta escolha não responde apenas ao fato de que sejam os cibermeios que têm mais audiência, mas eles também representam diferentes correntes e sentimentos políticos prevalentes em Galicia. Além disso, três dos onze são publicados em língua galega. Os cibermeios analisados foram: *Elcorreogallego.es*, *Emuga.es*, *Farodevigo.es*, *Galiciadiario.com*, *Elidealgallego.es*, *Anosaterra.com*, *Elprogreso.es*, *Laregion.es*, *Vieiros.com*, *Lavozdeg Galicia.es* e *Xornal.com*. Fizemos 12 dias de análise das notícias na capa dos onze cibermeios ao longo de três semanas e posteriormente realizamos uma análise quantitativa e qualitativa das informações e das suas estruturas, componentes formais e conteúdos. Além disso, de forma complementar, realizamos entrevistas em profundidade com chefes dos onze cibermeios para detectar preconceitos e analisar experiências, estratégias e dificuldades relacionadas com o processo de convergência na mídia galega.

REFERÊNCIAS

ARMAÑANZAS, Emy; DÍAZ NOCI, Javier; MESO AYERDI, Koldo. **El Periodismo electrónico**: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Barcelona: Ariel, 1996.

AZNAR, Hugo. **Bitácoras. La consolidación de la voz del ciudadano**. La Coruña: Netbiblo, 2005.

CALVO, María Dolores *et al.* **Tendencias na converxencia dos medios de comunicación en Galicia**. Santiago de Compostela: Servizo de Publicacións e Intercambio Científico USC, 2012.

CAMPOS, Francisco; LÓPEZ, Xosé. A prensa. In: LÓPEZ GARCÍA, Xosé (Coord.). **A Comunicación en Galicia**. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, 2000.

CASTELLS, Manuel. **La Sociedad Red**. Madrid: Alianza, 2000.

DÍAZ NOCI, Javier. **La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico**. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2001.

DÍAZ NOCI, Javier; MESO AYERDI, Koldo. **Periodismo en Internet: modelos de la prensa digital**. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1999.

DÍAZ NOSTY, Bernardo (Dir.). **Medios de comunicación: el escenario iberoamericano**. Barcelona: Ariel, 2007.

DOMINGO, David *et al.* Participatory journalism practices in the media and beyond. **Journalism Practice**, v. 2, n. 3, p. 326-342, 2008.

HERMIDA, Alfred; THURMAN, Neil. A clash of cultures: The integration of user-generated content in the discourse on weblogs. **Journalism Studies**, v. 6, n. 3, p. 387-396, 2008.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, José (Coord.). **Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España**. Santiago de Compostela: Servizo de Publicacións e Intercambio Científico USC, 2010.

PATERSON, Chris; DOMINGO, David. **Making online news: The ethnography of new media production**. New York: Peter Lang, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón. **Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España**. Sevilla: Comunicación Social, 2005.

THURMAN, Neil. Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media. **New Media & Society**, v. 10, n. 1, p. 139-157, 2008.

TREMAYNE, Mark; WEISS, Amy Schmitz; ALVES, Rosenthal Calmon. From product to service: The diffusion of dynamic content in online newspapers. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 84, n. 4, p. 825-839, 2007.

VARELA, Juan. El asalto de los medios sociales. **Cuadernos de periodistas**, 2005. Disponível em: <http://www.apmadrid.es/Publicaciones/Libros/Relacion/Cuadernos/Numero_2/03.Varela.pdf>

Xosé López García é Catedrático de Jornalismo na Facultade de Ciências da Comunicação da Universidade de Santiago de Compostela (USC), Espanha; é membro do Consello da Cultura Galega, onde dirige a seção de Comunicação e ocupa uma vice-presidência; e é também o diretor do grupo de pesquisa *Novos Medios*. E-mail xose.lopez.garcia@usc.es

Moisés Limia Fernández é PhD em Jornalismo pela Universidade de Santiago de Compostela (USC), Espanha. Desde 2004 faz parte do grupo de pesquisa *Novos Medios*. E-mail mlimia@gmail.com

Carlos Toural Bran é formado em Jornalismo pela Universidade de Santiago de Compostela (USC), Espanha. Desde 2006 faz parte do grupo de pesquisa *Novos Medios*. E-mail carlos.toural@usc.es

José Pereira Fariña é Professor do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade de Santiago de Compostela (USC), Espanha, e membro do grupo de pesquisa *Novos Medios*. Ele é atualmente o Decano da Faculdade de Ciências da Comunicação da USC. E-mail jose.pereira@usc.es

RECEBIDO EM: 03/04/2012 | ACEITO EM: 28/05/2012