

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

GERSON DOVAL RAUGUST

**A NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO:
O ESTUDO DAS REPORTAGENS DO GDI, DO GRUPO RBS**

Porto Alegre
2018

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

Ficha Catalográfica

R244n Raugust, Gerson Doval

A narrativa transmídia no jornalismo : O estudo das reportagens do GDI, do Grupo RBS / Gerson Doval Raugust . – 2018.

131p.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Finger Costa.

1. Comunicação. 2. Convergência. 3. Jornalismo transmídia. 4. Jornalismo digital. I. Costa, Cristiane Finger. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bibliotecária responsável: Salete Maria Sartori CRB-10/1363

GERSON DOVAL RAUGUST

**A NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO:
O ESTUDO DAS REPORTAGENS DO GDI, DO GRUPO RBS**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientação: Profa. Dra. Cristiane Finger Costa

Porto Alegre

2018

GERSON DOVAL RAUGUST

**A NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO:
O ESTUDO DAS REPORTAGENS DO GDI, DO GRUPO RBS**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Cristiane Finger Costa – PUCRS – Orientadora

Prof. Dr. André Fagundes Pase - PUCRS

Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo Porcello

Porto Alegre

2018

Agradecimentos

Na música “Por quem os sinos doam”, Raul Seixas afirma que nunca se ganha uma guerra lutando sozinho. Portanto, por mais que o mestrado pareça uma tarefa solitária, no fundo é preciso ter os mais variados apoios para encarar essa tarefa de imersão. Desse modo, não se pode deixar de reconhecer aquelas pessoas que tiveram importante papel ao longo do percurso.

Primeiramente, agradeço a minha família que sempre esteve comigo, nunca desistiu de mim e sempre estendeu a mão para um apoio e afago. Julia, minha mãe, a quem sempre carreguei admiração e amor. Meus irmãos, Elisabete, Joni, Daniel e Gisele que dividiram e construíram tantos momentos comigo e se transformaram no meu alicerce. E, em especial, meus filhos Gunar e Giovanne, leais companheiros da vida e que sempre estiveram ao meu lado e me reensinaram a viver. Em meio aos desafios desse período, a Fernanda apareceu para ser meu porto, meu refúgio. Foram tantas palavras de carinho, tanto apoio e incentivo que não sei se um dia conseguirei retribuir tanto bem feito.

Agradeço também a todos aqueles que dividiram salas de aula, corredores e cafés durante o período, meus colegas e professores. Os debates e conversas não foram importantes apenas para o meu desenvolvimento acadêmico, mas também pessoal. Em especial à professora Cristiane Finger, que transcendeu o papel de orientadora e se transformou em amiga, confidente e conselheira.

Coragem, coragem, se o que você quer é aquilo que pensa e faz

Coragem, coragem, eu sei que você pode mais.

Resumo

Ao longo dos anos, a evolução tecnológica vem modificando as formas de comunicação. Essas mudanças não alteram apenas como as pessoas se relacionam, mas também oferecem novas possibilidades para o jornalismo. Após o processo de digitalização, o atual momento fortalece a convergência midiática, trazendo grandes transformações no fazer jornalístico e no modo em que as notícias são consumidas. Esse cenário oportuniza a experimentação de novas formas de narrativas. Esta pesquisa tem o objetivo de debater as possibilidades da implantação de um formato transmidiático na atividade jornalística. Para tal, iremos avaliar o trabalho desenvolvido pelo Grupo de Investigação (GDI), equipe de jornalismo investigativo do Grupo RBS. A análise consiste em identificar a presença de elementos da narrativa transmídia nas reportagens produzidas pelo GDI.

A pesquisa se baseia no conceito da Ecologia das Mídias, onde o desenvolvimento de um novo meio não significa o fim de um anterior, mas o desencadeamento de um processo de adaptação, semelhante ao que acontece na biologia. Sob a ótica de que os meios não se eliminam, mas se completam, a análise engloba todo o cenário midiático. O estudo dá especial atenção à televisão, em virtude da sua ampla penetração no cenário brasileiro, sendo ainda o principal meio de comunicação do país como apontam recentes levantamentos, como mídia de lançamento de uma reportagem transmidiática.

A partir de um processo de categorização, será realizada a identificação das características da narrativa transmídia existentes nas reportagens do GDI, buscando apontar as mudanças necessárias nos procedimentos realizados para a construção da transmidialidade. Cabe ressaltar que o trabalho não busca a afirmação de que o trabalho realizado pelo GDI é transmidiático ou não, mas se baseia no mesmo para a adoção da referida narrativa.

Palavras-chave: Comunicação, convergência, jornalismo transmídia, jornalismo digital.

Abstract

Over the years, technological evolution has been changing the forms of communication. These changes not only change people's ways of relating, but they also offer new possibilities for journalism. After the digitization process, the current moment strengthens the media convergence, bringing about great changes in the journalistic making and in the way in which the news is consumed.

This scenario allows the experimentation of new forms of narratives. This research has the objective of discussing the possibilities of the implementation of a transmedia format in journalistic activity. To this end, we will evaluate the work developed by the Research Group (GDI), investigative journalism team of the RBS Group. The analysis consists of identifying the presence of elements of the transmedia storytelling in the reports produced by GDI.

The research is based on the concept of Media Ecology, where the development of a new medium does not mean the end of an earlier one, but the triggering of an adaptation process, similar to what happens in biology. Under the view that the media are not eliminated, but are completed, the analysis encompasses the entire media landscape. The analysis pays special attention to television, due to its wide penetration in the Brazilian scenario, being still the main means of communication of the country as recent surveys point out, as media of launching of a transmiático report.

From a process of categorization, the identification of the characteristics of the transmediate storytelling will be carried out in the reports of the GDI, seeking to point out the necessary changes in the procedures performed for the construction of the transmidiality. It should be noted that the paper does not seek to affirm that the work carried out by the GDI is transmissive or not, but is based on the same for the adoption of said narrative.

Keywords: Communication, convergence, transmedia journalism, digital journalism.

Lista de Ilustrações

Figura 1 - Diferença entre narrativas tradicionais e transmidiáticas	48
Figura 2 - Reportagem Fraude na CNH	96

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Características da narrativa transmídia	59
Tabela 2 - Reportagens produzidas pelo GDI entre 02/12/2016 e 02/12/2017	83
Tabela 3 - Participação da televisão nas reportagens do GDI	85
Tabela 4 - Elementos da transmidialidade nas reportagens do GDI	90

Sumário

1. Introdução	10
2. O Futuro pelo retrovisor	13
2.1 Sistemas de comunicação: um ambiente vivo	14
2.2 Um novo mundo falado e escrito	19
2.3 A prensa e a expansão da mensagem	22
2.4 Do papel às ondas do rádio	26
2.5 Sua majestade, a televisão	28
2.6 A convergência dos meios	34
2.7 A televisão reprogramada	37
2.7.1 Hipertelevisão	40
2.7.2 Segunda tela e social TV	42
3. Um cenário transmidiático	45
3.1 Uma nova proposta para o jornalismo	51
3.2 Construindo um jornalismo transmídia	61
3.2.1 Transmidialidade, uma questão de tempo	64
3.3 Estruturando a informação	66
3.4 A televisão como ponto de partida	70
4. Elementos da transmidialidade no jornalismo	75
4.1 Construção da metodologia utilizada	79
4.2 A produção do GDI	82
4.3 Análise das reportagens do GDI	86
4.3.1 Multimidialidade	91
4.3.2 Intertextualidade	93
4.3.3 Continuidade	97
4.3.4 Expansibilidade	99
4.3.5 Interatividade	101
4.3.6 Disponibilidade	103
4.3.7 Propagabilidade	104
4.4 A transmidialidade no GDI	107
5 Considerações finais	110
Referência bibliográfica	115
Apêndice - Links para reportagens	122

1. Introdução

A cada nova tecnologia desenvolvida, as formas de comunicação vão se transformando. Das primeiras palavras emitidas pelo ser humano até a transmissão de mensagens por meio de pacotes de dados entre aparelhos eletrônicos, as relações foram modificadas radicalmente. Um número cada vez maior de informações circula em um planeta que parece diminuir de tamanho. A necessidade da aproximação física entre emissor e receptor há muito não se faz tão obrigatória. E se a comunicação já não é mais a mesma, as atividades que são diretamente relacionados a ela também deixaram de ser, como é o caso do jornalismo.

O interesse de cada pessoa em saber o que acontece ao seu redor e a forma de receber essas informações já não são as mesmas de poucas décadas atrás, e continuam em um constante processo de transformação. Essa evolução faz com que modos diferentes de relatar acontecimentos se desenvolvam. A proposta desta pesquisa está em entender como a narrativa transmídia, uma dessas maneiras que foi ampliada com o desenvolvimento tecnológico, pode ser aplicada na atividade jornalística.

Após experiências de bons resultados no entretenimento, a transmidialidade desperta cada vez mais interesse em outras áreas dos estudos da comunicação. Mesmo que não se possa afirmar que já seja uma realidade no jornalismo, este estudo parte do princípio de que é possível identificar algumas de suas características nas coberturas realizadas pelos veículos de comunicação. A partir da análise da seleção de material produzido por essas empresas, serão apontados os elementos existentes. Acredita-se que, com os dados disponíveis, seja possível indicar os ajustes necessários para a realização de uma reportagem transmídia.

Outro ponto abordado pelo trabalho está no importante papel desenvolvido pela televisão num processo de implantação da narrativa transmídia no jornalismo brasileiro. A presença de um aparelho televisor na quase totalidade das residências do país lhe dá uma posição especial pela sua penetração. Mas, é necessário considerar um novo momento dessa mídia em um ambiente digital e sua relação com outros meios.

Para melhor compreender o cenário contemporâneo, torna-se necessário recuperar outras mudanças que aconteceram ao longo do tempo e suas influências na comunicação. Esse é o tema abordado na primeira parte deste trabalho. O interesse não é o de negar a importância do novo quadro comunicacional, mas

demonstrar que ele faz parte de um processo constante, mesmo que não dinâmico. Para melhor entendimento, será utilizado o conceito da Ecologia das Mídias, que defende que a cada surgimento de um novo meio, os demais se adaptam num processo de construção e reconstrução coletivo no ecossistema midiático.

Para fundamentar a primeira parte da pesquisa, serão utilizadas as ideias de Roger Fidler (1997), com sua proposta batizada de midiamorfose, e Marshall McLuhan (1962 e 2007) e Neil Postman (1994), precursores dos estudos em Ecologias das Mídias. Além dos três autores que estruturam o capítulo, também servirão de apoio as colocações de Carvalho e Barrichello (2013) e Scolari (2008, 2013) para uma visão mais ampla da teoria. A recuperação histórica também recorre a Briggs e Burke (2006), Santos (2003) e Sobrinho (2013).

Considerando a posição de principal mídia quando se iniciou o processo de digitalização, a televisão ganha atenção especial com uma relação entre as visões de Debord (1997) e Wolton (2006) sobre o meio. Esta parte do estudo tem continuidade com o desenvolvimento da cultura da convergência e conta com o aporte de Castells (2003), Jenkins (2009), Landow (1995), Lévy (1993) e Tim Berners-Lee (1989). O capítulo também trata da nova formatação da televisão a partir da digitalização. Também colaboram para esta argumentação Canatta (2014), Evans (2011), Ferrés (1998), França (2009), Maffesoli (1998), Negroponte (1995) e Vilela (2017).

Na sequência, será abordada a narrativa transmídia e seus conceitos. Parte-se, inicialmente, de uma visão mais ampla, estreitando-a para o jornalismo. As argumentações são fundamentadas em Carlos Scolari (2008, 2009, 2014 e 2015) e Henry Jenkins (2001, 2003, 2008 e 2014), mas também encontra sustentação em Canavilhas (2014), Diniz (2011), Fachine (2014), Gosciola (2014), Moloney (2011), Moraes e Santos (2014) e Renó (2012).

Dentro deste contexto, também é proposta a utilização dos princípios da Arquitetura da Informação na construção de uma narrativa transmídia no jornalismo. A ideia é fundamentada nas proposições de Albuquerque e Lima-Marques (2011), Brancheau e Wetherbe (1986), Dillon (2002), León (2008), Morrogh (2003), Morville e Rosenfeld (2006) e Wuman (1975).

O tempo mostra-se como um desafio na construção da transmidialidade. Ao considerar os atuais processos de produção jornalísticas, percebemos que o período dedicado ao trabalho dos profissionais é cada vez mais exíguo. Para sustentar o contraponto dessa realidade, esta pesquisa baseia-se na proposta do *Slow Journalism*

de Le Masurier (2014). A exploração do conceito também utiliza as visões de Greenberg (2012) e Gambarato (2015).

Para a aferição do que é proposto na pesquisa, o trabalho avalia a cobertura do Grupo de Investigação, da RBS. Para isso, foram selecionadas as reportagens produzidas pela equipe jornalística no seu primeiro ano de atividade. No processo de seleção e avaliação, serão priorizadas as reportagens que tiveram a televisão como meio de lançamento do material. A pesquisa utiliza a Análise de Conteúdo, tendo em Laurence Bardin (1977) a principal referência, complementada por Fonseca Júnior (2012), Krippendorff (1990), Recuero (2014), Richardson (1999) e Rocha (2008).

O interesse do estudo é colaborar no debate acerca das possibilidades do desenvolvimento da narrativa transmídia no jornalismo. A proposta, ao apontar elementos transmidiáticos nas reportagens, pretende comprovar que a implantação dessa forma narrativa não está relacionada a reestruturação física e grandes investimentos financeiros pelos veículos de comunicação, mas uma adequação do trabalho que vem sendo feito, por meio de uma novo pensar jornalístico.

2. O Futuro pelo retrovisor

No campo da comunicação, o surgimento de novos meios acaba sempre por gerar questionamentos sobre o futuro daqueles já existentes. Com o desenvolvimento da digitalização, a ansiedade por desenhar um novo mundo com urgência parece ter se amplificado. Mesmo influentes pesquisadores acabam por tropeçar em afirmações que logo se mostram equivocadas ou antecipadas demais. Ainda nos anos de 1930 projeções davam conta que aparelhos de *fac-símile* domésticos substituiriam as grandes rotativas na impressão de jornais, preconizando o fim de um processo que existe até os dias de hoje.

Isso não significa afirmar que as mídias são eternas, mas que as transformações não são tão rápidas. Além disso, não se pode esquecer a capacidade de adaptação dos meios frente às mudanças tecnológicas. Até mesmo aqueles que desaparecem acabam por influenciar os demais já existentes e novos, como explica Fidler:

Com o tempo, cada nova forma de comunicação evoluiu desde suas origens como uma extensão reconhecível de uma forma anterior em uma forma distinta, toda sua. Esse contínuo de transformações e adaptações, como veremos, é na verdade um processo complexo, comparável em muitos aspectos à evolução das espécies. Formas bem-sucedidas de novas mídias, assim como novas espécies, não surgem espontaneamente do nada. Eles têm todas as ligações necessárias com o passado (FIDLER, 1997, p. 16 e 17).¹

Por vezes, os impactos de uma nova tecnologia acabam por ser superestimados a curto prazo, o que gera uma frustração das expectativas. Na sequência, como o novo cenário não é confirmado ou aceito, ele passa a ser subestimado a longo prazo. A esse movimento, Fidler (1997) dá o nome de Tecnomiopia, que ocorre quando não há a compreensão de que as inovações tecnológicas possuem um tempo maior que o esperado para sua adoção ampla. A estimativa é que a evolução de conceito para a adoção generalizada leve ao menos o tempo de uma geração humana, cerca de 20 a 30 anos.

Ao desenvolver novas tecnologias, muitas empresas baseiam seu plano de negócio num formato em rampa que tem o início lento, seguido por uma subida rápida

¹ Tradução livre do autor para "Over time, each new form of communication has evolved from its origins as a recognizable extension of an earlier form into a distinct form all its own. This continuum of transformations and adaptations, as we shall see, is actually a complex process comparable in many ways to the evolution of species. Successful forms of new media, just as new species, do not emerge spontaneously from nowhere. They have all required links with the past".

e íngreme. Porém, esse desenho dificilmente é de uma curva suave, mas, normalmente, irregular, com altos e baixos até a grande ascensão, quando ela ocorre. Por isso, muitas tecnologias que aparentemente tiveram um surgimento súbito passaram por um processo de desenvolvimento bem superior ao que se imagina (FIDLER, 1997).

Colabora para isso, o fato de muitas vezes as empresas terem dificuldades na compreensão do seu real ramo de atividade. McLuhan (2007)² lembra que levou certo tempo para que indústrias percebessem que estavam no ramo do processamento de informação ou informação móvel ao invés de produção de máquinas e equipamentos de escritório ou lâmpadas e sistemas de informação.

Este fato apenas serve para destacar o ponto de que “o meio é a mensagem”, porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas. O conteúdo ou usos desses meios são tão diversos quanto ineficazes na estruturação da forma das associações humanas. Na verdade não deixa de ser bastante típico que o “conteúdo” de qualquer meio nos cegue para a natureza desse mesmo meio. (MCLUHAN, 2007, p. 22)

Atualmente, a substituição dos pulsos elétricos pelos *bits* parece estimular as visões de instantâneas mudanças nos meios de comunicação. Como se o ontem não servisse mais e o hoje surgisse de forma súbita para alavancar o amanhã. Mas, renegar o passado é acreditar no advento. É alimentar a ideia da iluminação milagrosa que gera a transformação imediata. É não ver em um computador a herança do ábaco.

Desse modo, o presente capítulo busca recuperar as principais transformações que a comunicação passou ao longo da história como forma de colaborar na compreensão do atual momento. Pois, conhecer os impactos anteriores solidifica as possibilidades para esse entendimento. Para tal, é adotada, neste estudo, uma visão comparativa com o mundo biológico, onde os meios de comunicação formam um ecossistema em que cada forma influencia o todo e também é influenciada. Essa perspectiva recebe o nome de Ecologia das Mídias.

2.1 Sistemas de comunicação: Um ambiente vivo

O conceito foi apresentado pela primeira vez pelo educador humanista Neil Postman, em conferência realizada em 1968, que também foi responsável pelo primeiro programa de estudos da área. Mas, os professores canadenses Harold Innis

² Texto original publicado pela primeira vez em 1964.

e Marshall McLuhan, e o padre jesuíta, Walter Ong, são considerados os fundadores do paradigma por terem apresentado em suas obras a metáfora pela primeira vez (CARVALHO e BARRICHELLO, 2013).

É preciso salientar, como defende Scolari (2010), que não se trata apenas da aplicação de uma metáfora da biologia aos estudos da mídia, mas a proposta de um quadro teórico-epistemológico inovador que permite uma construção contínua a partir das transformações do sistema midiático. O conceito está inserido em duas ideias base que são: os meios de comunicação formam um ambiente diretamente responsável pelas modificações das percepções e cognições; eles vivem em um ecossistema como espécies, estabelecendo relações entre si e os sujeitos que nele atuam.

Da mesma forma como na natureza, um ecossistema é formado por organismos que coabitam em um ambiente, o ecossistema midiático é formado pelos meios de comunicação e as relações que eles estabelecem entre si e com a sociedade. Destacando-se, na perspectiva adotada neste trabalho, a que se refere ao lugar ocupado pelas organizações midiáticas (meios e seus entornos culturais, institucionais). Cada mudança no ambiente afeta os meios, assim como cada novo meio que ingressa no ecossistema afeta sua totalidade. (CARVALHO e BARRICHELLO, 2013, p. 62)

Postman afirma que “uma tecnologia nova não acrescenta nem subtrai coisa alguma. Ela muda tudo” (1997, p. 27), ou seja, uma “mudança tecnológica não é nem aditiva nem subtrativa. É ecológica. Refiro-me à ‘ecológica’ no mesmo sentido em que a palavra é usada pelos cientistas do meio ambiente. Uma mudança significativa gera uma mudança total” (POSTMAN, 1997, p. 27).

Dentro dessa visão, é reconhecido em McLuhan (1962) o pioneirismo em identificar os meios como fundadores de ambientes culturais. É dele a afirmativa que a categoria público foi criada a partir da ambientação favorável pela imprensa. A ideia da impossibilidade de um meio existir ou ter significado sozinho, mas depender de uma relação com o outro, também é de sua autoria (CARVALHO e BARRICHELLO, 2013). E a partir dessas observações, é possível identificar que os meios, quando integrados à vida social e cultural, acabam por se institucionalizar.

Para Scolari (2013), a Ecologia das Mídias vai além da simples atualização dos pensamentos de McLuhan. Existe a necessidade de um aprofundamento da metáfora para a descoberta de todas as possibilidades existentes.

Poderíamos dizer que por trás de cada teoria científica ou paradigma sempre se esconde uma metáfora. No entanto, estas teorias ou paradigmas não podem ficar no simples enunciado da metáfora, se quiserem crescer e realizar o seu potencial epistemológico: devem tornar-se um conjunto articulado e coerente de pressupostos, o conhecimento, categorias analíticas e métodos de pesquisa. A metáfora é muito útil na primeira fase da construção de um dado discurso teórico; entre outras coisas, permite incorporar conceitos para nomear novos fenômenos e facilita a formulação de perguntas (SCOLARI, 2013, p. 35).³

Mas, ampliar os pensamentos de McLuhan não significa renegar a ideia original a um plano inferior. Um exemplo é a afirmativa de que as tecnologias são extensões de nossos corpos e sentidos que não perdem seus poderes de contemporaneidade. O professor canadense destaca que a demanda é a “consequência psicológica mais evidente de uma tecnologia nova” (MCLUHAN, 2007, p. 88). A privação de algum sentido gera a busca por alguma tecnologia que possa suprir essa carência. Mas muitas das necessidades são inexistentes até que sejam criadas. “Ninguém quer um carro até que haja carros, e ninguém está interessado em TV até que existam programas de televisão (MCLUHAN, 2007, p. 88). Desse modo,

a necessidade de utilizar os sentidos disponíveis é tão premente quanto respirar — o que confere sentido à necessidade que sentimos em manter o rádio ou o aparelho de televisão ligados quase que continuamente. A pressão para o uso contínuo independe do “conteúdo” dos programas ou do sentido de vida particular de cada um, testemunhando o fato de que a tecnologia é parte de nosso corpo (MCLUHAN, 2007, p. 88 e 89).

Assim, um novo meio de comunicação não transforma apenas os demais meios, mas também tem grande poder de influência nas relações e estruturas sociais, como aponta Postman:

As novas tecnologias alteram a estrutura de nossos interesses: as coisas *sobre* as quais pensamos. Alteram o caráter de nossos símbolos: as coisas *com* que pensamos. E alteram a natureza da comunidade: a arena na qual os pensamentos se desenvolvem. (POSTMAN, 1997, p. 29)

Cabe reforçar que as transformações não acontecem apenas entre o meio e aqueles que o usam, mas também entre as demais mídias. “Os meios, como extensões de nossos sentidos, estabelecem novos índices relacionais, não apenas

³ Tradução livre do autor para “Podríamos decir que detrás de cada teoría o paradigma científico siempre se esconde una metáfora. Sin embargo esas teorías o paradigmas no pueden quedarse en la simple enunciación de la metáfora si quieren crecer y desplegar todo su potencial epistemológico: la deben convertir en un conjunto articulado y coherente de hipótesis, conocimientos, categorías de análisis y métodos de investigación. La metáfora es muy útil en la primera fase de la construcción de un determinado discurso teórico; entre otras cosas la metáfora permite incorporar conceptos para nombrar fenómenos nuevos y facilita la formulación de preguntas”.

entre os nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam” (MCLUHAN, 2007, p. 72). Para melhor compreender as transformações e influências que cada nova tecnologia exerce ao seu redor é necessário recuperar alguns momentos passados onde essas mudanças foram latentes. Mas, antes é preciso ressaltar que as mutações acontecem de forma gradual e se iniciam muito antes da percepção da maioria das pessoas.

Ao considerar os meios de comunicação como ecossistemas, assumimos que estamos tratando de sistemas complexos em um contínuo processo evolutivo. Ao longo da história, alguns acontecimentos funcionam como aceleradores dessas transformações, mas eles não se restringiram a um único meio. Fidler (1997), baseado na Ecologia das Mídias, batizou esse processo de Midiamorfose.

Antes que possamos começar a fazer julgamentos razoáveis sobre as tecnologias emergentes e o futuro da grande mídia, precisamos adquirir um conhecimento amplo e integrado das comunicações humanas e dos padrões históricos de mudança dentro do sistema global. Esse conhecimento é central para a compreensão do processo midiamórfico, que definimos como: A transformação dos meios de comunicação, geralmente provocada pela complexa interação das necessidades percebidas, pressões competitivas e políticas e inovações sociais e tecnológicas (FIDLER, 1997, p. 22 e 23).⁴

Segundo sua proposta, é necessário estudar todas as formas como integrantes de um modelo interdependente. Identificando semelhanças e relações existentes entre as formas atuais e seu passado, bem como as que vêm surgindo.

Ao estudarmos o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios de comunicação não surgem espontaneamente e independentemente - emergem gradualmente da metamorfose da velha mídia. E que quando novas formas de comunicação emergem, as formas mais antigas geralmente não morrem - continuam a evoluir e a se adaptar (FIDLER, 1997, p. 23).⁵

A ideia apresentada por Fidler (1997) reconhece que, por se tratar de um sistema complexo e adaptativo, cada forma de comunicação passa por um processo de auto-organização espontânea quando acontecem pressões externas e inovações

⁴ Tradução livre do autor para “Before we can even begin to make reasonable judgments about emerging technologies and the future of mainstream media, we need to acquire a broad, integrated knowledge of human communications and the historic patterns of change within the overall system. This knowledge is central to our understanding of the mediamorphic process, which I have defined as: The transformation of communication media, usually brought about by the complex interplay of perceived needs, competitive and political pressures, and social and technological innovations”.

⁵ Tradução livre do autor para “By studying the communication system as a whole, we will see that new media do not arise spontaneously and independently—they emerge gradually from the metamorphosis of old media. And that when newer forms of communication media emerge, the older forms usually do not die—they continue to evolve and adapt”.

são introduzidas. Isso ocorre por que os meios formam um universo dinâmico e interdependente. O surgimento de uma nova forma de comunicação irá influenciar, em graus variados, o desenvolvimento das formas já existentes ao longo do tempo. Essas influências ocorrem pelo fato dos meios de comunicação estarem fortemente entrelaçados, o que não permite a independência de um ou outro dentro da nossa cultura.

A atual variedade das tecnologias de comunicação se deve ao fato de que o surgimento de um novo meio não tenha acarretado na morte de um existente. No lugar de evolução e substituição, temos a coevolução e coexistência em um sistema adaptativo, complexo e em permanente expansão. Isso porque não existe o surgimento de uma mídia espontaneamente, mas por meio de um processo metamórfico, onde as mais antigas tendem a se adaptar numa contínua evolução.

Outra característica do processo midiamórfico, apontado por Fidler (1997), é o da propagação, onde formas emergentes espalham os traços dominantes das anteriores. Além disso, em um ambiente de constante mudança, todos os meios são obrigados a adaptar-se pela sua sobrevivência ou invariavelmente irão extinguir. O autor lembra que a adoção de uma nova tecnologia não ocorre pela sua simples existência, dependendo de motivações sociais, políticas e econômicas para se desenvolver.

Outro ponto defendido por Fidler (1997) é o de que cada nova forma de comunicação carrega vínculos com as anteriores ou existentes. O surgimento da prensa e do tipo móvel não se tornaram responsáveis por qualquer tipo de ruptura imediata. No início, os impressos eram tidos como escritas artificiais e usados para reproduzir documentos confeccionados manualmente. O comum era a reprodução de cartas tradicionais e demais documentos. Era um meio que tinha baixo custo para atender a demanda de bíblias, indulgências papais e outros materiais religiosos.

Assim, todo novo meio de comunicação passa necessariamente por um processo de aceitação e familiaridade. É durante esse período que as características vinculadas a outros formas acabam por colaborar para esse processo. Mas a inter-relação dos meios não significa a sua perpetuação. Da mesma forma que ocorre com as espécies na natureza, as mídias, com o tempo, podem deixar de existir.

Porém, as características definidoras de uma mídia permanecem dentro do sistema comunicacional, como se fossem uma herança genética. Elas são incorporadas por outros meios e propagadas de uma geração a outra. Os

responsáveis por esse processo são os códigos comunicacionais. Desse modo, é possível constatar que ao longo da evolução humana, as linguagens foram os grandes agentes transformadores (FIDLER, 1997). Ao olhar para o passado, encontramos na fala o agente da primeira grande transformação nas formas de comunicação do planeta.

2.2 Um novo mundo falado e escrito

Por meio do desenvolvimento do sistema comunicacional, o ser humano passou a expressar suas ideias e sentimentos de forma cada vez mais clara e específica. A probabilidade é de que em um primeiro momento esse processo se deu por meio de símbolos e sinais. Com o desenvolvimento da capacidade cerebral ao longo dos milênios, esse método foi sendo substituído, gradativamente por gestos e sons padronizados. Este é o momento que inicia a distinção do homem dos demais animais (SOBRINHO, 2016).

Mas, foi necessário um tempo ainda maior para o desenvolvimento da fala. Conforme Sobrinho (2016), isso aconteceu pela localização da laringe e caixa de ressonância que impossibilitava a reprodução sonora que seria necessária para os sons se transformarem em palavras. Assim, a limitação era estritamente física e não uma capacidade psíquica ou desconhecimento. A estimativa é de que entre 35 e 40 mil anos atrás surge a linguagem, alterando completamente a vida dos povos pré-históricos, incluindo a noção de sobrevivência e dando início ao processo de desenvolvimento da comunicação humana.

McLuhan (2007), defende que a fala é a primeira tecnologia que permite ao homem alterar sua relação com o ambiente, com a desvinculação e retomada de um novo mundo.

As palavras são uma espécie de recuperação da informação que pode abranger, a alta velocidade, a totalidade do ambiente e da experiência. As palavras são sistemas complexos de metáforas e símbolos que traduzem a experiência para os nossos sentidos manifestos ou exteriorizados. Elas constituem uma tecnologia da explicitação. Através da tradução da experiência sensória imediata em símbolos vocais, a totalidade do mundo pode ser evocada e recuperada, a qualquer momento (MCLUHAN, 2007, p. 76 e 77).

Fidler (1997) lembra que, junto com o surgimento da linguagem, vem o primeiro grande mediador do sistema de comunicação, causando a rápida transformação da

existência humana. Com palavras e símbolos, os seres humanos passam a lidar com o ambiente de um modo que não era possível anteriormente. Inicia um processo de reorganização social formado por grupos cada vez maiores. Há uma sistematização no tratamento de problemas complexos que até então eram insolúveis. A codificação de informações permite que se crie maneiras mais eficientes para coletar, processar e disseminá-las, gerando condições para a mudança da estrutura social. Gradativamente deixa-se a estrutura coletora nômade e os grupos começam a se fixar em locais, desenvolvendo aldeias.

Outro ponto levantado por Fidler (1997) é que a comunicação não é eficiente apenas no diálogo externo entre os seres humanos. Com a fala, o pensamento também passa a receber subsídios eficientes para o seu desenvolvimento. O domínio de normas de linguagem amplia a capacidade do homem de racionalizar, planejar e conceitualizar, pois, as regras do pensamento são paralelas as da fala. A linguagem também permitiu a transmissão do conhecimento, das experiências e das crenças, não apenas para os demais membros de uma sociedade, como também para as gerações futuras, fortalecendo as questões culturais da sua sociedade.

Entretanto, há de se considerar a um ponto de limitação. Mesmo sendo base para o desenvolvimento da humanidade, a língua falada apresenta-se como instável e não confiável num espaço maior de tempo e espaço. No momento que os relatos vão sendo transmitidos de um grupo ao outro ou entre gerações, a tendência é de perder muito dos seus significados e contextos originais, podendo tornarem-se incompreensíveis ou metafóricos.

O desenvolvimento das economias agrícolas apresentou uma necessidade e criou a oportunidade para a adoção de novas ferramentas de comunicação. A motivação era o rápido crescimento da agricultura, comércio e governança que necessitavam de alternativas mais adequadas para manter registros ao longo do tempo que fossem mais eficientes do que a fala e memória humana. Assim, a escrita se apresenta como o principal agente da mudança para a definição da civilização como conhecemos hoje. Tanto as linguagens faladas quanto escritas se destacam mais do que outras transformações quando se discute tecnologias da comunicação por serem responsáveis por considerável ampliação no sistema comunicacional humano, desempenhando papel central nos avanços e expansões da civilização (FIDLER, 1997).

Com o desenvolvimento da escrita, a sociedade passou a ter ampliada as possibilidades de descrição criando novos meios de armazenamento e memória (SOBRINHO, 2016). A própria organização social é transformada a partir da nova forma de comunicação, como aponta McLuhan:

Um aumento de força ou velocidade, em qualquer agrupamento, constituído por quaisquer componentes que sejam, já é em si mesmo uma ruptura que provoca uma mudança de organização. A alteração dos agrupamentos sociais e a formação de novas comunidades ocorre com a aceleração do movimento da informação, por meio das mensagens em papel e do transporte rodoviário. Esta aceleração significa mais controle a maiores distâncias. Historicamente, representou a formação do Império Romano e o desmantelamento das cidades-estado do mundo grego. Antes que o uso do papiro e do alfabeto criasse os incentivos para a construção de vias pavimentadas mais rápidas, a cidade murada e a cidade-estado eram formas que ainda podiam perdurar. (2007, p. 108 e 109)

A troca das mensagens escritas eliminou a necessidade da presença do emissor ou receptor, ocorrendo a primeira ruptura das limitações de tempo e de espaço. Na medida que a comunicação por documentos foi se desenvolvendo e sua difusão ampliada, as línguas faladas e as culturas passaram a adquirir maior estabilidade. A separação do orador de suas palavras e do contexto original por meio da escrita também reduziu a importância da memória, possibilitando o exame mais detalhado do conteúdo. Ao desvincular a necessidade da presença do autor, os registros possibilitam a permanência das ideias e pensamentos mesmo após a morte de seus criadores (FIDLER, 1997).

Mesmo com o processo evolutivo que conduziu, posteriormente, o papiro à celulose, a tradição oral se manteve forte na Europa, principalmente no meio religioso, como explicam Briggs e Burke (2006). Os autores lembram que outro espaço em que a oralidade se mantinha como principal meio de comunicação era a academia. Os ensinamentos eram baseados em palestras, debates e discursos. Os retóricos consideram a fala tão importante quanto a escrita. Ensaios ou exames em papel eram praticamente desconhecidos, sendo sempre enfatizada a oralidade. Mas o desenvolvimento de uma nova tecnologia inicia uma transformação no processo de comunicação. A ampliação da capacidade de reprodução textual por meio da prensa possibilita a criação de um novo cenário.

2.3 A prensa e a expansão da mensagem

Se a evolução nos formatos comunicacionais são fatores determinantes nas transformações das relações humanas e estruturação das sociedades ao longo da história, o contrário também acontece. As mudanças no mundo e as novas tecnologias oferecem possibilidades para que a circulação de informações e troca de mensagens se renovem ou se reinventem.

A fala e a escrita influenciaram na reorganização das pessoas e nas novas formas de comunidades. Em contrapartida, os integrantes dessas novas sociedades passam a organizar grupos e explorar o mundo, conhecendo culturas diferentes das suas, num processo que envolve encantamentos e conflitos. Esse processo cíclico e evolutivo pode ser exemplificado com o desenvolvimento da prensa e um novo dimensionamento na propagação da informação.

Assim como a ideia de que as mudanças foram radicais e instantâneas com o processo de digitalização nos dias de hoje, por muito tempo se acreditou em uma situação similar com Gutenberg e sua prensa. Porém, ao contrário de uma ação criativa individual, o alemão fez parte de um processo que havia iniciado séculos antes no lado oriental do planeta. Mas a restrição de utilização da tecnologia apenas para os tribunais imperiais não permitiram o seu desenvolvimento como aconteceria séculos depois em solo europeu (FIDLER, 1997).

Conforme Briggs e Burke (2006), já no século VIII China e Japão utilizavam a impressão. O método empregado era o de blocos de madeira entalhados para imprimir páginas únicas. O método era apropriado para culturas que utilizavam ideogramas e não alfabetos. Tanto a China no século XI, quanto a Coréia no século XV já faziam uso de tipos móveis, sendo o último bastante semelhante ao que veio ser apresentado por Gutenberg.

Pelas relações comerciais entre árabes e chineses, o Oriente Médio começa a unir a técnica da impressão em blocos com a produção de papel de pano ainda nos séculos VIII e IX. A técnica é utilizada para reprodução de livros e documentos religiosos para a difusão dos ensinamentos da fé islâmica o que facilitou sua aceitação. O papel de Gutenberg na história é de desenvolver e sistematizar o processo de reprodução de textos, tornando a impressão rápida e econômica para replicar mecanicamente documentos em alta qualidade e em grande volume.

A novidade apresentada por Gutenberg não serviu apenas para agilizar um processo, mas, também, a da normalização das línguas escritas. Antes do processo

mecânico, a ortografia e construção de frases eram deixadas conforme as preferências pessoais dos escribas. Com a prensa, os editores passaram a exigir uma uniformização de estilos como forma de redução de custos. O cenário gerado por esse novo modelo passou a criar a necessidade cada vez maior de dicionários e livros com regras gramaticais (FIDLER, 1997).

Briggs e Burke (2006) destacam que o fluxo da informação segue o do comércio, pois eram os mercadores que transportam as novidades junto com as mercadorias. Eles citam a própria impressão gráfica como exemplo, que se difundiu por meio do rio Reno, partindo de Mainz, cidade de Gutenberg, para centros como *Frankfurt*, Estrasburgo e Basileia. “A prática da impressão gráfica se espalhou pela Europa com a diáspora dos impressores germânicos” (BRIGGS e BURKE, p.24). Conforme os autores, por volta de 1500 era possível encontrar 250 máquinas de impressão espalhadas pelo continente europeu.

Apesar da rápida expansão das gráficas no Velho Mundo, o desenvolvimento de livros e periódicos modernos aconteceu de forma gradual. Foram 150 anos entre Gutenberg apresentar sua invenção e o surgimento dos primeiros jornais. Antes foi necessário um processo de alfabetização, pois, até então, o acesso ao conhecimento era restrito às elites. Mesmo após o início da impressão mecânica, a ideia de que toda a sociedade deveria ser alfabetizada só começou a ser aceita na maioria das culturas ocidentais após o início da revolução industrial. Aconteceu, a partir daí, um processo cíclico, onde o aumento de alfabetizados colaborava para o crescimento da circulação dos jornais, que por sua vez contribuía para a formação de novos leitores (FIDLER, 1997).

McLuhan (2007) destaca que a propagação das prensas oportunizou novas formas de documentos até então inexistentes. Porém, os jornais, revistas e romances que começaram a surgir eram extensões dos já existentes. Sendo que, em um primeiro momento, a grande mudança aconteceu na periodicidade e tiragem das publicações com a nova tecnologia de impressão. Mesmo que o processo de desenvolvimento da imprensa tenha sido gradual e não dinâmico, ela começa a influenciar diretamente na sociedade, retirando-a de uma inércia existente.

Com o movimento da informação sob forma impressa, voltaram à ativa a roda e a estrada, depois de um recesso de mil anos. Na Inglaterra, a pressão da imprensa gerou as estradas pavimentadas do século XVIII, com as consequentes modificações industriais e populacionais. A imprensa, escrita mecânica, introduziu uma extensão e uma separação das funções humanas inimagináveis mesmo nos tempos romanos. Era natural, pois, que as acentuadas velocidades crescentes da roda, na estrada e nas fábricas, se relacionassem com o alfabeto, que já realizara tarefa similar de aceleração e especialização no mundo antigo (MCLUHAN, 2007, 121).

Até então, uma das formas de trabalho dos repórteres era de coletar informações em barcos a remo de navios ancorados. Com o aumento da concorrência, começou-se a utilizar cavalos para acelerar o transporte das mensagens. Neste momento, foi apresentado o telégrafo e seu código de pontos e traços. Mesmo que o novo meio tornasse o método utilizado até então obsoleto, sua aceitação e implantação não foram imediatas. Havia questionamentos quanto o seu valor e o interesse em se pagar altos custos para emissão de poucas palavras entre uma cidade e outra. O telégrafo só se manteve porque duas grandes áreas empresariais se interessaram por ele, ferrovias e jornais (FIDLER, 1997).

Postman (1997) lembra que o primeiro uso conhecido do telégrafo por um jornal aconteceu no dia seguinte a sua demonstração ao público, quando o *Patriot*, de *Baltimore*, EUA, usou a mesma linha que Morse no dia anterior para transmitir informações da Câmara dos Deputados. “Dois anos depois desse anúncio, as fortunas dos jornais passaram a depender não da qualidade ou utilidade das notícias por eles veiculadas, mas da quantidade delas, das distâncias e da velocidade” (POSTMAN, 1997, p. 76).

McLuhan (2007, p. 108) afirma que foi somente com o telégrafo “que a mensagem começou a viajar mais depressa do que o mensageiro”. O que havia até então era uma relação direta entre as estradas e a palavra escrita. As informações circulavam na velocidade dos transportes existentes na época. O telégrafo fez com que o texto deixasse um bem sólido para ser transportado por meio de uma rede elétrica que se ampliava.

Essa opinião é compartilhada por Postman (1997) que salienta a eliminação do espaço como uma barreira ao movimento da informação quando ocorre a separação entre o transporte e a comunicação.

Antes do telégrafo, a informação só podia mover-se com a velocidade do trem: cerca de 50 quilômetros por hora. Antes do telégrafo, a informação era procurada como parte do processo de compreender e resolver problemas particulares. Antes do telégrafo, a informação rendia a ser de interesse local. A telegrafia mudou tudo isso, e instigou o segundo estágio da revelação da informação. (POSTMAN, 1997, p. 75)

Com sistemas de fios sendo instalados ao longo dos continentes e, posteriormente, oceanos, se criou a possibilidade de que notícias de lugares distantes ou desconhecidos começassem a chegar, como explica Fidler (1997). Ele ressalta que isso fazia aumentar um sentimento de proximidade nas pessoas. Outra característica, destacada pelo autor, foi de criar colapsos em barreiras físicas e psicológicas do tempo e da distância, que até então limitavam a interação humana. Com o telégrafo, e posteriormente o telefone, o poder de manutenção de relacionamentos e controle de atividades à distância foi ampliado.

É preciso lembrar que ao pedir a patente para um telefone em 1876, Alexander Graham Bell não tinha certeza quanto a forma do seu uso. Não havia a ideia de usar o novo aparelho para comunicação direta e imediata sem a mediação da técnica de operadores. O que se encaminhava era uma forma de transmissão para o entretenimento popular. As linhas seriam abertas para transmissões ao vivo de concertos para cidades distantes ou para debates políticos. Surgia a primeira ideia de grade de horários para um meio de comunicação que seria posto em prática mais tarde, com o surgimento das mídias eletrônicas.

Mas até então, os jornais se mantinham como o grande meio de comunicação. O período de 1890 e 1920 é considerado o período de ouro da mídia impressa. Mesmo com o desenvolvimento de novos meios de comunicação com o incremento da energia elétrica, a força dos jornais parece inabalável. Começam a ser formados os primeiros impérios da comunicação, principalmente nos Estados Unidos da América. Editores como Randolph Hearst, Joseph Pulitzer e Lord Northcliffe passam a ter reconhecimento semelhante aos das celebridades e líderes mundiais. Seus poderes e influência eram tão grandes que erguiam ou derrubam carreiras políticas e captavam apoio popular às guerras e suas causas pessoais (FIDLER, 1997).

Esse cenário parecia estável e inalterável. A circulação dos jornais pelo mundo se mantinha num processo de ascensão, o que garantia cada vez mais poder aos editores. Mas aos poucos, um sistema de radiodifusão vai se desenvolvendo e passa a ameaçar a hegemonia da informação no papel. O rádio aparece no horizonte e muitos

passam a prever a substituição de um meio por outro. Essa seria a primeira morte anunciada da mídia impressa.

2.4 Do papel às ondas do rádio

O surgimento e, posteriormente, o desenvolvimento da energia elétrica, em um primeiro momento, foi benéfico aos jornais impressos. Os processos industriais das gráficas foram agilizados, com o ganho de tempo e ampliação de tiragens. A melhoria e evolução dos transportes permitiam que as edições chegassem mais rápido em pontos distantes. As informações eram transmitidas de forma ágil por meio do telégrafo, dando uma nova dinâmica à produção de conteúdo.

Mas, uma nova tecnologia acaba por alterar todo um meio, como lembra McLuhan (2007). Ao apresentar sua teoria dos meios como extensão do corpo, o professor canadense destaca que “a ‘mensagem’ de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas” (MCLUHAN, 2007, p. 22). Ele traz como exemplo as ferrovias que transformaram as cidades, independentemente da localização geográfica ou do tipo de carga que era transportada nos vagões que por elas passavam.

Assim, houve uma alteração brusca na sociedade com a aceleração que a forma elétrica trouxe sobre a mecânica. As instituições, estruturas sociais, políticas e econômicas, funcionavam em uma organização unidirecional. A mudança que a eletricidade trouxe foi a da expansão da comunidade. “Trata-se antes do fato de que todo mundo está passando a viver na maior vizinhança criada pelo envolvimento elétrico que enreda umas vidas nas outras” (MCLUHAN, 2007, p. 53).

Veio do autor a expressão Aldeia Global quando a ideia de um mundo conectado por meio de computadores era insipiente. Pensamentos como verticalização, descentralização, tão comuns nos dias de hoje, foram abordadas por McLuhan (2007) como efeitos da energia elétrica. Se, atualmente, as inovações parecem alterar modos de vida, relações e trabalho, essas questões já haviam sido tratadas pelo pesquisador.

Esta estrutura reversa se manifestou logo nas primeiras utilidades destinadas a “poupar esforços” — tostadores, lavadoras ou aspiradores. Em lugar de poupar trabalho, os eletrodomésticos permitem que cada qual faça seu próprio trabalho. O que o século XIX delegara a servos e empregadas, agora executamos nós mesmos (MCLUHAN, 2007, p. 54).

A eletricidade ainda estava demonstrando o quanto seria responsável por grandes mudanças na vida das pessoas quando um jovem inventor italiano apresentou o seu telégrafo sem fio nos EUA, em 1899. A invenção de Guglielmo Marconi utilizava radiação eletromagnética e oferecia aos moradores das distantes áreas rurais a possibilidade de se comunicar de forma instantânea com amigos e vizinhos (FIDLER, 1997).

A transmissão por rádio tem origem bem anterior a Marconi. Em 1864, o cientista britânico James Maxwell (1831-74) já havia formulado as equações básicas do campo eletromagnético. Coube ao alemão Heinrich Hertz (1857-94) a comprovação da teoria apresentada. Oliver Lodge (1851 – 1940), demonstrou as ondas hertzianas para a *Royal Institution* em 1895. Ele também criou um receptor de onda hertziana tendo um fio de ferro dentro de um tubo, chamado de Coesor (BRIGGS e BURKE, 2006).

Os autores destacam que Marconi não pesquisava sozinho o desenvolvimento de um aparelho receptor de ondas de rádio. Eles citam A.S. Popoff (1859-1906), na Rússia, Edouard Branly (1844-1940), na França, e Augusto Righi (1850-1920), na Itália, como outros pesquisadores envolvidos no estudo. O Brasil também teve seu representante nesse grupo de cientistas. Roberto Landell de Moura desenvolvia seus estudos simultaneamente a Marconi. Conforme Santos (2003), o padre brasileiro apresentou, em São Paulo, três equipamentos inéditos. Um transmissor de ondas, um telégrafo e um telefone, todos sem fios.

Para Briggs e Burke (2006) o que colaborou para o sucesso do italiano foi a sua proximidade com o meio político que acabou por coloca-lo em contato com os militares, que acabaram apoiando-o no desenvolvimento dos seus estudos. Mas, a novidade não foi adotada imediatamente. Em um primeiro momento, a transmissão sem fio foi considerada uma forma de substituir o telégrafo, ligado com a rede elétrica. Sua adoção aconteceu, inicialmente, em oceanos e locais distantes, com baixa densidade demográfica. Porém, o fato das mensagens poderem ser captadas por outras pessoas que não o destinatário foi considerado uma grande desvantagem.

Os radioamadores dos EUA foram os grandes responsáveis pela transformação do rádio no primeiro meio de transmissão eletrônica. Formado em sua maioria por homens urbanos de classe média e jovens que tinham na atividade um *hobby* ou o viam como serviço público. Grande parte considerava a troca de informação como uso natural e apropriado para o novo meio. Porém, na década de 1910, um pequeno grupo começou a explorar uma forma diferente e ocasionalmente a transmitir música e notícias sem esperar respostas dos ouvintes. Na década seguinte, os EUA já possuíam 15 mil estações de rádio, na maioria dirigida por amadores, com um público estimado de 40 milhões de ouvintes (FIDLER, 1997). Em 1926 as redes de rádio respondiam por 6,4% das estações, em 1931 já eram 30% do total. Simultaneamente o número de radioamadores começava a reduzir (BRIGGS e BURKE, 2006).

Com a entrada de uma nova mídia de comunicação de massa muito mais poderosa, os jornais precisaram redefinir seu papel. Alguns editores começam a mudar o formato e conteúdo dos impressos, ampliando o apelo entre públicos e anunciantes diversos. São criadas seções especiais, divisão por editorias, revistas de finais de semana, páginas para crianças e a presença dos quadrinhos cresce. O formato que surge atrai novos leitores e patrocínios. A estrutura que nasce desse período se mantém como referência do impresso até os dias atuais. Outra transformação está no conteúdo, os jornais deixam para as rádios a informação de quem fez o quê, e passam a expandir as histórias com o porquê. A interpretação passa a ser o principal desenvolvimento dos periódicos nos anos de 1930 e 1940 (FIDLER, 1997).

Mas o posto de grande mídia de massa conquistado pelo rádio não foi muito duradouro. Após cinco séculos de domínio da mídia impressa, a transmissão de voz em ondas eletromagnéticas pouco pode aproveitar sua supremacia. E os jornais, que haviam enfrentado o desafio de se adequar para sua sobrevivência, encararam um novo processo. No mesmo espectro por onde havia apenas voz, passa a circular imagens, promovendo uma nova transformação nos meios de comunicação.

2.5 Sua majestade, a televisão

Foi durante a Feira Mundial de Nova Iorque, em 1939, que o mundo conheceu a televisão por meio da empresa RCA. Mas a transmissão ao vivo de eventos com

imagem em movimento, combinado com som, não era uma ideia nova. O processo de desenvolvimento da televisão foi longo, ele remonta às invenções quase simultâneas da fotografia e telégrafo elétrico, na década de 1830. Cada uma delas evolui por caminhos diferentes, como lembra Fidler (1997), mas que eram gradualmente convergentes.

Nesse processo, McLuhan (2007) vê que “o cruzamento ou hibridização dos meios libera grande força ou energia, como por fissão ou fusão (MCLUHAN, 2007, p. 67)”. Essa semelhança entre os meios acaba por transformar não apenas as afinidades entre as mídias, mas também entre elas e o público.

O híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova. Isto porque o paralelo de dois meios nos mantém nas fronteiras entre formas que nos despertam da narcose narcísica. O momento do encontro dos meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos (MCLUHAN, 2007, p. 75).

O fato de o telégrafo ter transformado a comunicação no planeta, transmitindo mensagens instantâneas entre pontos remotos também alterou as noções sobre o mundo, inspirando novas ideias de lazer e entretenimento. Quando o telefone demonstrou que vozes e outros sons poderiam ser enviados por meio de sistema de fios, a ideia de fazer o mesmo com imagens logo surgiu. Mas, foram necessários muitos anos e centenas de pesquisadores para que o que se previa tornar-se uma mídia de transmissão eletrônica (FIDLER, 1997).

Assim, a televisão surge para ocupar um espaço que até então não existia, não exercendo a substituição de um meio já inserido na sociedade. McLuhan (2007) destaca que a imagem da televisão não tem nada em comum com o filme ou a fotografia. “Com a TV, o espectador é a tela” (MCLUHAN, 2007, p. 351), afirma o canadense, ao dizer que

A imagem da TV, visualmente, apresenta baixo teor de informação. Ela não é uma tomada parada. Não é fotografia em nenhum sentido — e sim o incessante contorno das coisas em formação delineado pelo dedo perscrutador. O contorno plástico resulta da luz que atravessa e não da luz que ilumina, formando uma imagem que tem a qualidade da escultura e do ícone, mais do que a da pintura. Três milhões de pontos por segundo formam a imagem-chuveiro que o telespectador recebe. Destes, ele capta algumas poucas dúzias, com as quais forma uma imagem (MCLUHAN, 2007, p. 351).

Rapidamente a televisão assume a posição de destaque, passando a ser a principal mídia de grande alcance. Esse período coincide com os chamados *baby*

boomers, a primeira geração da televisão. Se para quem viu seu surgimento, ela era uma nova e surpreendente tecnologia, para eles passou a assumir o papel de babá, chupeta, professor e companheiro. Se a rádio transmitia os sons do mundo, a TV trouxe imagens homogeneizadoras, definindo o sentido de realidade (FIDLER, 1997).

Para Carvalho e Barrichello (2013), no ecossistema da comunicação massiva, a televisão desempenhava “um papel de metáfora do sistema, sendo sua matriz dominante, hegemônica (p. 67)”. Isso faz com que ela acabe alvo de elogios e críticas acerca de seu conteúdo. Seu poder de influenciar expectativas, sociedade e cultura é reconhecido não só na academia, mas também no meio político e até mesmo teológico. Se por um lado ela tenha presumivelmente a capacidade de educar e informar, estimular a economia e unificar uma nação, por outro há quem veja nela o poder de espalhar propaganda inimiga nas salas das casas ou de ser usada por governos contra a liberdade e a privacidade (FIDLER, 1997).

Wolton (2006) defende a televisão como um dos principais agentes da construção de relações que ele denomina laço social. O autor considera o meio de fundamental importância para a manutenção das afinidades, pautando diálogos cotidianos que ajudam na solidificação das relações. As conversas nos locais de trabalho, escolas, bares e demais espaços públicos passam, com leveza ou não, pela programação televisiva do dia anterior.

A definição e, conseqüentemente, compreensão de laço social é considerada uma das mais complexas por Wolton (2006). Ele destaca que inicialmente esse conceito era interpretado muita mais sob uma ótica institucional do que cultural, com especial atenção para a religião. Acreditava-se que o laço social estava centrado nas práticas sociais institucionalizadas. Entretanto, para o sociólogo “essa noção conserva aspectos menos institucionais, dos quais, a meu ver, a televisão é um dos principais exemplos” (WOLTON, 2006, p. 123).

Com o objetivo de recuperar uma tradição sociológica, Wolton vê a televisão constituindo um laço social no momento em que ao assisti-la, o telespectador acaba inserido a um “público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível” (2006, p.124). Mesmo que sozinho, ele sabe que outros tantos solitários estão vivendo essa mesma experiência.

Muito dessa construção pode ser encontrada em McLuhan quando afirma que

a experiência de uma pessoa é sempre superior à sua compreensão, e é a experiência, mais do que a compreensão, que influencia o comportamento, especialmente nas questões coletivas que dizem respeito aos meios e à tecnologia, de cujos efeitos, quase inevitavelmente, o indivíduo raramente se dá conta (MCLUHAN, 2007, p. 358).

Para o canadense, a participação está relacionada com as características do meio. Como a televisão possui baixa definição, um meio frio, ela garante maior envolvimento da audiência. “Os programas mais eficazes são aqueles cujas situações consistem de processos que devem ser completados” (MCLUHAN, 2007, p. 358). Esse convite à participação cria a base para a construção do laço social.

Wolton também considera um outro sentido ao ato de assistir televisão. A expressão espelho da sociedade a ela cunhada “significa que a sociedade se vê — no sentido mais forte do pronome reflexivo — através da televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma” (WOLTON, 2006, p.124). Assim, ela não apenas transmite uma imagem e cria uma representação, mas envolve todo o público em “um laço social tênue, menos forte e menos limitador do que as situações institucionais ou as interações sociais” (WOLTON, 2006, p.124).

Uma das razões para essa relação pode estar na argumentação de McLuhan (2007) que as personalidades muito delineadas são rejeitadas pela televisão em virtude de suas características. A apresentação de processos é mais favorecida do que a de produtos.

Para o bem ou para o mal, a imagem da TV exerceu uma força sinestésica unificadora sobre a vida sensória dessas populações intensamente letradas — coisa que há séculos elas não conheciam. É aconselhável suspender todos os julgamentos de valor no exame dos assuntos referentes aos meios, pois os seus efeitos nunca são isolados (MCLUHAN, 2007, p. 354).

A característica de ser, simultaneamente, livre e lúdica, com um caráter ligeiramente restritivo e com forte exploração do espetáculo, conforme Wolton (2006), é onde reside a força da televisão que busca ao mesmo tempo uma união social mantendo a liberdade individual. Isso colabora para o

“desenvolvimento de mecanismos de solidariedade e de laços sociais numa sociedade cujo problema principal, a nosso ver, é o da afirmação e do aprofundamento das diferenças: trata-se de favorecer novas solidariedades, essencialmente de tipos comunitários, ‘tribais’ como dizem alguns, para neutralizar os efeitos tidos como catastróficos da standardização da sociedade de massa (WOLTON, 2006, p. 122 e 123)

Desse modo, ele afirma que é possível perceber que a televisão não é apenas uma forma de laço social, mas também ela tem um importante papel visto que

possuem a capacidade de desenvolver o senso crítico ao obrigar todos a compartilharem um mesmo olhar. No momento em que pessoas diferentes e por motivos variados acabam por assistir, simultaneamente, as mesmas imagens, criam, uma diferente comunicação que colaboram na construção de uma sociedade translúcida.

É preciso considerar que a televisão, pode apresentar algo que é conhecido ao telespectador e, assim, criar uma sensação socialmente familiar. Contudo, ela também pode oferecer o contraponto de uma imagem de mundo, que por si só não irá transformar o indivíduo, mas pode disponibilizar variantes que o façam perceber a pluralidade social que o envolve. Tanto um, quanto outro acontece de forma sutil, pois, antes de tudo, a televisão tem como principal função o entretenimento. E é nesse compromisso muita mais com o espetáculo do que com a formação. Nessa audiência variada que a ela recorre diariamente, que a televisão vai pautando os assuntos e construindo um laço entre diferentes grupos e entre pessoas que circulam por eles.

Ferrés (1998) vê nas mensagens televisivas um potencial socializador por meio da utilização de mecanismos de sedução. Assim, o objetivo não é de informar, mas de seduzir. Para alcançar esse objetivo, as mensagens não se utilizam da via racional, mas da emotiva, prevalecendo, assim, o fascínio no lugar da argumentação. O autor ressalta que, por trás de toda experiência sedutora, há uma narcisista.

O fascínio que os personagens e as situações exercem sobre o espectador provém de que o põe em contato com o mais profundo e oculto de suas tensões e pulsões, de seus conflitos e ânsias, de seus desejos e temores. A televisão seduz porque é espelho, não tanto da realidade externa representada quanto da realidade interna de quem vê. (FERRÉS, 1998, p.71)

Desse modo, conforme Ferrés (1998), o espectador transfere para os personagens e situações das narrativas audiovisuais suas emoções reprimidas. Esse deslocamento permite a exteriorização daquelas pulsões perturbadoras ao sujeito.

Porém, esse espaço comprometido com o espetáculo também recebe duras críticas. Debord (1997) defende que o entretenimento é a base da televisão e que seu objetivo é o estímulo ao consumo, ele batizou essa estrutura de Sociedade do Espetáculo. Segundo ele, o conteúdo televisivo tem importante papel em uma proposta em que o espetáculo não é fortuito ou superficial, mas alicerce desse formato organizacional de uma sociedade industrial. Não há uma proposta fim, apenas o espetáculo pelo espetáculo, onde ele “é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seu instrumento de unificação” (1997, p. 14). É nele que está

concentrado todo o olhar e consciência, gerando uma unificação por meio de uma separação generalizada.

Onde o mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes típicas de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência para fazer ver por diferentes mediações especializadas o mundo que já não é diretamente apreensível, encontra normalmente na visão o sentido humano privilegiado que noutras épocas foi o tato; a visão, o sentido mais abstrato, e o mais mistificável, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual. Mas o espetáculo não é identificável ao simples olhar, mesmo combinado com o ouvido. Ele é o que escapa à atividade dos homens, à reconsideração e à correção da sua obra. É o contrário do diálogo. Em toda a parte onde há representação independente, o espetáculo reconstitui-se (DEBORD, 1997, p. 19).

Essa crítica encontra eco em outras vozes como Sodré (2002) que vê na espetacularização de acontecimentos uma forma sedutora onde a exposição de um fato pode ser ampliada na busca de comoção. Ele argumenta que, ao mesmo tempo em que o estilo dramático distrai o público, o sistema imagístico é responsável por regular as identificações sociais. Sendo assim, o que se tem não é uma transmissão de conteúdo informativo, mas a produção e gestão de uma sociabilidade artificiosa com o espetáculo como forma principal.

Quando direcionamos o olhar ao telejornalismo, especificamente, a exploração espetacularosa dos acontecimentos não é apenas um modo de garantir a audiência, mas também responsável por construir um cenário que transmita ao receptor a ideia de não viver em barbárie. Conforme, Arbex, “o espetáculo é a aparência que confere integridade e sentido a uma sociedade esfacelada e dividida” (ARBEX, 2001, p.69).

Mesmo estando no centro de um debate quanto ao seu papel na sociedade, a televisão se manteve como principal meio de massa por, pelo menos, 50 anos de um ecossistema midiático mantido relativamente equilibrado, como lembram Carvalho e Barrichello (2013). Recentemente, com o desenvolvimento das TIC's ocorre uma mudança de paradigmas, entretanto, não de modo abrupto, mas gradual. Portanto, mesmo que haja alteração na forma de distribuição ou consumo da televisão, ela continuará operando no ecossistema midiático enquanto protocolo cultural. Não há uma substituição do televisor por computadores ou *smartphones*, mas um convívio por meio de relações complexas, como será apresentado adiante. “Esses meios de função sociocultural ampla integram de modo mais perene a instituição da mídia” (CARVALHO; BARRICHELLO, 2013, p. 66).

O processo de digitalização vem transformando os meios já tradicionais e oferecendo novas possibilidades. Nesse processo convergente em que nos encontramos, é preciso compreender que não se está colocando em risco a existência de alguma mídia em um primeiro momento, mas criando relações entre elas e novos suportes que vão surgindo. O desafio é entender esse momento não apenas para a adaptação ao ecossistema, mas também identificar possibilidades de mudanças que o novo cenário apresenta. Para isso, é necessário, observar o presente com as lições do passado.

2.6 A convergência dos meios

Quando se fala em digitalização, não se trata de uma referência ao surgimento de uma nova mídia, mas de uma nova linguagem que atingiu todos os meios. Com o processo de transformar qualquer informação em uma sequência de zeros e uns, as possibilidades de comunicação se transformaram. Quando esses códigos passaram a não depender apenas de redes físicas, as possibilidades foram ampliadas ainda mais. O surgimento de novos equipamentos permitiu a circulação de mensagens de um modo até então não imaginado pela maioria das pessoas. Essa possibilidade de receber ou enviar o mesmo conteúdo em diferentes meios recebeu o nome de convergência.

Acreditava-se que a convergência se daria na centralização de todas as formas de linguagens em um único aparelho. Jenkins (2009) denominou essa ideia como a 'falácia da caixa preta' ao afirmar que a convergência acontece nas mãos e cabeças dos usuários. Conforme ele, "a circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores" (JENKINS, 2009, p. 29). Assim, é preciso ver a convergência como uma transformação cultural, pois há um incentivo para que os usuários procurem novas informações por meio de conexões de conteúdos dispersos.

Scolari (2008) destaca que a convergência vai além da simples soma de mídias em uma única tela. O que ocorre é o início de uma interação onde as linguagens passam a se relacionar umas com as outras oportunizando o surgimento de novos espaços híbridos. Desses ambientes podem originar novas formas de comunicação, distante da ideia de qualquer extinção de mídias existentes. Essa também é a opinião

de Jenkins (2009) que afirma não haver substituição de meios, mas sua transformação com a introdução de novas tecnologias.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29).

Não existe apenas uma nova relação entre as mídias, mas também com o público. As informações sofreram transformações bruscas na forma como são consumidas.

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos (JENKINS, 2009, p.30)

Esse novo cenário surgiu em um ambiente digital onde as informações circulam e as relações de produtores de conteúdo e consumidores são tensionadas. Para Scolari (2008), esse espaço ressignificado é onde novas formas de comunicação surgem e evoluem. Ele classifica como hipermediações o processo de troca, produção e consumo simbólico que envolve diversos assuntos, meios e linguagens que são interligados tecnologicamente. Em sua definição, o autor compara o ambiente a um buraco negro que atrai, absorve e integra os meios massivos em seu formato intertextual.

Para melhor compreender o ambiente convergente, é preciso considerar que o momento ainda é de transição. Assim como Fidler (1997) teve forte influência de McLuhan ao desenvolver sua ideia de Midiamorfose, já apresentado neste capítulo, Bolter e Grusin (1999) também se referenciaram no canadense para desenvolver o conceito de Remediação. A dupla de autores defende que a Remediação é o processo onde velhos conteúdos são renovados pelos novos meios, garantindo, assim, uma ligação entre as novas e velhas mídias.

Essas relações ocorrem em diferentes níveis. Sobre o processo de digitalização, essa renovação pode ser de forma mais discreta, mantendo características do meio original com pequenas melhoras, até transformações mais profundas onde há uma tentativa de absorção completa da mídia anterior. Entretanto, nenhum novo meio surge com o objetivo de substituir um já existente, mas de ocupar

espaços vazios no ambiente midiático. Ressaltando que, de algum modo, as mídias antigas sempre estarão presentes nas novas, pois elas acabam por depender das anteriores de alguma forma, criando uma relação semântica entre elas (BOLTER e GRUSIN, 1999).

Assim, para que se chegasse ao atual estágio de um cenário convergente dentro do ambiente comunicacional foi necessária a solidificação de um encontro de dois processos que vinham acontecendo simultaneamente. O primeiro é uma estrutura informacional baseada no sistema de conexões de computadores em rede. A internet teve sua origem na Arpanet, montada pelo Departamento de Defesa dos EUA. O objetivo era atingir superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética por meio da mobilização de recursos de pesquisa, em especial das universidades. Para isso, utilizou-se um sistema de comutação por pacotes em uma estrutura descentralizada e flexível. Gradativamente a Arpanet começa a ser interligada com outras redes até que nos anos 1990 o controle é retirado dos militares e passa a ser gerido em bases comerciais. Também colaborou para a estrutura atual o BBS (Bulletin Board Systems), sistema que interligava computadores pessoais no final dos anos 1970 (CASTELLS, 2003).

O segundo fator determinante para o processo de convergência foi o desenvolvimento do hipertexto. A proposta surgiu com Vannevar Bush em 1945 (LÉVY, 1993), com o artigo *As We May Think*, onde o físico e matemático apresenta um projeto batizado *Memex*. Um reservatório multimídia de documentos, que incluía simultaneamente imagens, sons e textos, interligados por dispositivos periféricos. A sugestão de Bush era a utilização de microfilmes e fitas magnéticas, novidades do período. Mesmo sem ter sido colocado em prática, o *Memex* foi referência para que Theodore Nelson (1965) apresentasse a ideia do hipertexto. Uma forma de escritura e leitura não linear utilizando sistemas de informática. A proposta recebeu o nome de *Xanadu*. Era fundamentado em uma rede acessível em tempo real que conteria os principais arquivos literários e científicos do planeta.

Mas, tanto o projeto *Memex*, de Vannevar Bush, quanto *Xanadu*, de Theodore Nelson, não encontravam a tecnologia necessária para serem colocados em prática. Landow (1995) lembra que são imprescindíveis quatro acessos ao hipertexto e seu controle: a leitura, o estabelecimento de vínculos, a escrita e a existência da conexão em rede.

Se nunca puderam ser aplicados efetivamente, os projetos foram a base para Tim Berners-Lee (1989) desenvolver a *World Wide Web (WWW)*. Pesquisador do CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire, atualmente Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire), ele procurava uma forma de resolver o problema de fluxo de informações no centro de pesquisa. O cientista considerava que os sistemas de indexação e de palavras-chave utilizados expunham uma série de problemas que afetavam o rendimento das pesquisas e sugeriu um projeto que atendia as necessidades existentes para otimizar o trabalho que culminou no surgimento da *WWW*.

A partir dessa estrutura desenvolvida ao longo das últimas décadas se criou um ambiente onde “um modelo digital não é lido ou interpretado como um texto clássico, ele geralmente é explorado de forma interativa” (LÉVY, 1993, p. 121). Por poder ser acessado em múltiplas plataformas ele é “essencialmente plástico, dinâmico, dotado de uma certa autonomia de ação e reação” (LÉVY, 1993, p. 121). Para Santaella (2004), mesmo que um conteúdo possa ser consumido de forma isolada. Em um ambiente de rede, ele sempre fará parte de algo maior, dentro de um cenário aberto, que é interativo por natureza rompendo com uma estrutura unidirecional.

As transformações que vem ocorrendo no ambiente comunicacional também passam por uma nova conceituação de questões ligadas ao tempo e ao espaço. Essas relações geográficas e temporais, que embasam a ubiquidade digital, alteram a relação da audiência com o conteúdo. Inclusive com a televisão e as questões envolvendo fluxo e grade de programação.

2.7 A Televisão reprogramada

Após cinco décadas como principal meio de comunicação, a televisão passou a ter essa posição ameaçada com o processo de digitalização, o que criou sua necessidade de adaptação. Neste novo momento o seu conteúdo deixa de circular exclusivamente nos tradicionais aparelhos televisores e começa também a ser disponibilizado em outras plataformas.

Assim, mesmo com a ampliação das possibilidades de acesso aos conteúdos, a televisão permanece como o meio de maior penetração no Brasil. Conforme

levantamento de 2016⁶, feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 97,1% dos domicílios brasileiros possui pelo menos um aparelho televisor. O resultado aponta um aumento de 2,9% na comparação com a pesquisa de 2013. Desse modo, é possível perceber a influência que essa mídia possui.

O desafio que se apresenta agora é de descobrir e entender qual a participação da televisão neste cenário midiático que se transforma. Não se trata de perder o posto de principal mídia, mas de confrontar com um novo momento, onde ocorre um processo irreversível de transformação para todos os meios. A mudança não ocorre apenas no “onde” assistir, mas “quando” e “como”. Além de mutações nos meios tradicionais, também são oferecidas novas possibilidades ao público.

Desse modo, o que se impõe à televisão é a adaptação a um novo quadro onde a informação flui de forma diferente e com participação efetiva do público. Não se trata apenas de encontrar novos espaços onde a produção de conteúdo pode ser realizada por qualquer pessoa, tendo na rede de computadores um local para distribuição, mas também de uma nova relação de tempo e de espaço que foge da grade de programação

A produção televisiva sempre foi concebida para a recepção em ambientes domésticos, “em torno da qual pode vir a se desenrolar uma intensa atividade social (convívios sociais, conversas, etc.) portadora de sentido por si só ou implicada diretamente nas interpretações deflagradas diante do que se vê” (FECHINE, 2008, p. 105). A autora destaca que existe uma relação entre espectador e a transmissão onde o agora passa a ser o tempo da televisão, independente do conteúdo ter sido gravado ou direto.

Tudo que o telespectador vê na TV *broadcasting*, é visto no momento mesmo em que está sendo transmitido. O meio de transmissão é o tempo. A programação televisiva é assim um discurso que só existe numa duração: aquela na qual se dá o ciclo contínuo da transmissão e recepção de sinais eletromagnéticos de uma fonte emissora aos milhões de monitores (FECHINE, 2008, p. 107)

Nesse ambiente, a programação é baseada no cotidiano do público funcionando como um relógio, organizando a rotina de milhares de pessoas. “A TV está ‘sempre ali’ criando, do momento que entra ao que sai do ar, um fluxo temporal contínuo e ininterrupto que acompanha a passagem do próprio dia” (FECHINE, 2008, p. 107 e 108). Com o desenvolvimento da digitalização, principalmente no que se

⁶ Disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>

refere a mobilidade, começam a ocorrer mudanças envolvendo dois pontos cruciais nas características da televisão: o tempo e o espaço. Isso vai ao encontro do que Negroponte (1995) preconizava ao afirmar que “o horário nobre é meu”.

Em um primeiro momento, a mudança se dá pela simples mobilidade oferecida pela transmissão digital que amplia a recepção do conteúdo de uma grade de programação em aparelhos variados. O público não está mais limitado apenas ao espaço doméstico. O que ocorre após é uma ruptura com o tempo, com a disponibilidade cada vez maior de atrações por meio de arquivo por aplicativos específicos de emissoras e operadoras de televisão.

Atualmente, é preciso pensar nesse novo formato onde se tem dois públicos diferentes, aquele preso ao fluxo da programação diária e um outro que constrói sua grade conforme sua disposição, interesse e disponibilidade. Não se trata de um processo de substituição ou perda de audiência, mas de ampliação de público, desde que o material oferecido seja relevante e atraente. Esse é o desafio para uma nova televisão.

As mudanças reconfiguram não apenas os meios, mas a sociedade como um todo, semelhante ao que ocorreu no planeta com o surgimento da energia elétrica. Por sua capacidade de penetração, a televisão passa a ter seu formato confrontado por um novo público que busca por mais interação e controle do conteúdo. Há uma transformação crucial nesse comportamento, onde o assistir é substituído por acessar.

O que se põe aos produtores televisivos é perceber e dialogar com esse novo público que tem um poder maior do que o espectador do sofá. Cabe a esses profissionais explorar uma das grandes virtudes do meio que é a capacidade de sedução e encantamento por meio de imagens em um mundo onde grande parte da audiência também pode produzir.

Para Scolari (2009), esse momento passa pela ruptura das categorias que estruturavam o processo cultural e as transformações na forma de consumo da produção comunicacional. Para exemplificar, ele utiliza McLuhan ao afirmar que com as novas formas de comunicação, o usuário é a mensagem pois, ao participar do controle do conteúdo, ele passa a ser parte dele.

Renó (2012) destaca que o usuário está sempre a procura de espaços que permitam leituras por meio de multilinguagens. Essa é a razão da televisão estar em um momento de crescimento de conteúdos intertextuais, sendo a forma de ampliar as linguagens disponíveis e compensar a falta de navegabilidade na plataforma. A

navegação acontece pelo processo cognitivo e não por fragmentos que o meio tradicionalmente oferece.

Mesmo que, em um primeiro olhar, a televisão pareça ter passado por poucas transformações em seis décadas, Evans (2011) lembra que a TV nunca foi estável em relação a novidades. Ao longo das décadas, tecnologias foram sendo incluídas no meio. Ela cita o vídeo tape, sistema de cores, controle remoto, videocassete, satélites e o sistema de distribuição por cabo. Cada uma delas foi responsável por transformações nas práticas de produção, distribuição e recepção.

Obviamente não se propõe aqui reduzir o impacto da digitalização e, conseqüentemente, da convergência na televisão, mas de lembrar que ela nunca foi uma mídia estática, permanecendo a mesmo por anos. Também é preciso reforçar que vivemos uma revolução do processo comunicacional como um todo, não apenas de adaptações de linguagens, mas também de uma nova relação do público com os meios.

Essas observações são importantes ao considerar a televisão dentro de um processo multimidiático digital. Para isso, é preciso compreender essa televisão que surge tendo como destaque as novas características que emergiram com o processo de digitalização e suas transformações.

2.7.1 Hipertelevisão

A proposta de Scolari (2008) consiste em analisar o processo evolutivo da televisão a partir de uma visão ecológica-reticular ao invés de um processo evolutivo linear de longa duração, numa sequência à proposta semiótica de paleo/neotelevisão baseada nas ideias de Umberto Eco. Conforme Scolari (2008), a redução da evolução a uma simples sucessão de etapas, apesar da facilidade de transmissão em contextos didáticos, pode acabar por simplificar processos bastante complexos.

Conforme o autor, é preciso considerar uma série de itens pertinentes que caracterizam a televisão do início do século XXI. A neotelevisão se destaca pela dissolução dos limites existentes entre ficção e realidade. Este gênero híbrido tem sua maior representatividade nos *reality shows* que se popularizaram pelo planeta. Porém, é neste tipo de programa que Scolari (2008) vê a retomada de um dos mitos da cultura digital pela hipertelevisão. Como uma nova proposta do conceito de tempo e de espaço no ambiente televisivo, a obsessão pelo direto é recriada nos *reality shows*,

porém, por meio de simulacros que também são identificados em obras ficcionais no meio.

Essas transformações ocorrem em consequência do surgimento de novas espécies no ambiente midiático. No caso específico da televisão, a *World Wide Web*, o *videogame* e as opções de vídeos *on demand* e *streaming* são exemplos de novos serviços do entorno da tradicional mídia que a obrigam a adaptação. Principalmente quando o público possui cada vez mais integrantes que são nativos digitais. Uma geração que já nasceu em um ambiente interativo. Eles possuem novas competências cognitivas e perceptivas devido a suas experiências hipertextuais e os meios tradicionais precisam se moldar a um público cada vez menos espectador e mais usuário.

Essa fluidez do texto digital forma um novo tipo de leitor que está acostumado com a estrutura de rede interativa. Ele é totalmente ajustado a fragmentação dos hipertextos, o que lhe garante grande capacidade de aceitação e adaptação a novas formas de interação. Assim, são os meios que devem se relacionar com ele. Isso não significa decretar que as formas televisivas tradicionais estão em processo de desaparecimento, mas que enfrentam um desafio. Com o novo cenário, elas precisam se adequar ou serão relegadas a segundo plano, abrindo espaço para formas híbridas.

Entre esses novos formatos estão aqueles que possuem propriedades diversas, como os de lógicas colaborativas, com a participação de usuários na geração de conteúdos ou distribuição, caso do *Youtube*. Outro modo pode ser o de formas diferentes de consumo assíncrono, como aplicativos para *smartphones* e *tablets* com conteúdo televisivo.

Essas transformações que originam novas narrativas também interferem na interface televisiva, segue Scolari (2008). Com um sistema de múltiplas telas que possui diferentes interlocutores separados fisicamente em confronto constante, surgem formatos relacionados com essa realidade. Um exemplo dado pelo autor está nos visuais adotados pelos telejornais contemporâneos que possuem clara influência do meio digital.

Assim, Scolari (2008) aponta para um novo tipo de consumo televisivo. A sua principal característica é o de uma recepção fragmentada, ubíqua e assíncrona, onde cada parêntese acessa um programa diferente ao mesmo tempo. Ele vê nessa nova estrutura o rompimento da reminiscência da cultura oral tribal em que todos

escutavam a mesma história simultaneamente que embasou o conceito de Aldeia Global de McLuhan.

2.7.2 Segunda Tela e Social TV

Conforme já comentado, mesmo com a expansão do acesso à internet, o número de aparelhos televisores cresceu no Brasil. Se por um lado temos o desenvolvimento de uma hipertelevisão, por outro ainda é grande o número de pessoas assistindo simultaneamente a mesma programação. Isso faz com que essa mídia ainda mantenha singular importância na orientação dos assuntos abordados nos espaços públicos ou nas relações interpessoais íntimas e familiares.

Mas,

o desenvolvimento dos ambientes digitais criou um novo campo de relações. Mesmo que, em um primeiro momento se imaginasse uma grande migração da rigidez da grade de programação da televisão para um cenário de maior liberdade por meio da navegação na *World Wide Web*, na prática, o resultado não foi bem esse.

O que vem se solidificando cada vez mais é um fenômeno chamado de Segunda Tela, que Canatta (2014) define como

qualquer equipamento eletrônico conectado à internet – seja ele um computador, *smartphone* ou *tablet* – utilizado pelo telespectador simultaneamente à programação da televisão, numa navegação influenciada pelo conteúdo exibido na tela da TV. Portanto, o que define um equipamento como segunda tela é o uso, a navegação e a relação de atenção do usuário na experiência combinada das duas telas. (CANATTA, 2014, p. 74)

O pesquisador explica que não há uma hierarquia ou relação de importância na nomenclatura proposta, ela apenas se refere a combinação entre dois aparelhos diferentes, com conteúdos distintos utilizados de forma simultânea. Ao se referir à Segunda Tela, significa que a pessoa passou a navegar na internet influenciada pelo que assiste na televisão.

Dentro dessa característica ampla que constitui a Segunda Tela, uma das formas em que ela ocorre é a do telespectador comentar ou compartilhar informações da televisão nas redes sociais. Canatta (2014) afirma que essa combinação “cria uma nova experiência na transmissão de eventos com grande poder de mobilização social” (p. 78). Enquanto assiste a essa transmissão, é possível que o telespectador participe

ativamente nas mídias sociais dividindo suas opiniões e sentimentos. “Ver televisão é também comentar televisão. Na internet, a experiência é expandida para outros ambientes da rede” (CANATTA, 2014, p.78).

Essa combinação amplifica a qualidade socializadora da televisão. “O uso combinado dos *sites* de rede social com televisão tem origem no fato da experiência coletiva estar enraizada na natureza da televisão” (CANATTA, 2014, 78). No momento em que é possível compartilhar opiniões com outras pessoas enquanto a transmissão acontece cria-se o sentimento de não se estar sozinho, de uma audiência coletiva, é estar junto mesmo que distante.

Quanto mais se amplia o acesso à internet, mais se amplia esse comportamento de conversas simultâneas sobre televisão no exato momento em que se assiste a ela, fortalecendo ambas as mídias e criando um novo conceito de espectador. A esse fenômeno é dado o nome de *Social TV*, que faz a Segunda Tela estar cada vez mais enraizada como prática social.

Vilela e Jeffman (2015) salientam que, apesar de eventualmente serem tratados como sinônimos, a Segunda Tela não significa que o usuário está conectado comentando o que é transmitido na TV. O que ocorre são duas ações realizadas simultaneamente, navegar na rede e assistir televisão. Já a *Social TV* está ligado diretamente ao conteúdo televisivo criando uma afinidade estreita com o que se vê e o que se fala. Vilela (2017) aponta dois fatores que seriam interligados, as relações sociais e a personalização. Eles estão agregados ao comportamento passivo do entretenimento, junto com a interação ativa da internet

O surgimento das redes sociais em ambientes digitais era algo não previsto por Maffesoli (1998) ao falar pela primeira vez sobre a tribalização. Ao discorrer sobre a organização da sociedade em pequenos grupos não rígidos e a participação das pessoas em mais de uma dessas tribos, transitando entre uma e outra cotidianamente, ele desenvolve seu pensamento em um ambiente limitado geograficamente. Mesmo que tenha destacado não se tratar apenas de relações interpessoais físicas, as afinidades entre as pessoas em um ambiente digital não haviam adquirido a proporção que hoje temos.

Com o desenvolvimento desse novo ambiente e o aumento no número de ferramentas de acesso, essas relações foram ampliadas. A internet passou a formar uma nova esfera pública onde as relações e os debates não abandonaram os espaços comuns, mas também incluíram o ambiente digital. Assim, a afetividade responsável

pela formação das tribos encontrou um cenário onde a identificação entre as pessoas começou a ter mais amplitude, permitindo que mesmo distantes, os integrantes desses grupos passassem a ter a sensação de proximidade.

Se a programação de uma emissora era motivadora das conversas no dia seguinte, com as mídias sociais, ela passa a ser no momento em que vai ao ar. Desse modo, mantém as relações vivas e dinâmicas. Não se assiste agora para falar depois, ao querer comentar sobre algo que acontece, o telespectador pode, imediatamente, trocar ideias com aqueles que formam seus grupos sociais.

Trata-se de pessoas que, mesmo que distantes geograficamente, tem em comum o interesse por um mesmo programa televisivo. Assim, por meio de *sites* específicos ou até mesmo grupos fechados em redes sociais (quando elas oferecem essa alternativa) debatem sobre os episódios enquanto assistem ou recuperam momentos passados numa construção coletiva de compreensão da narrativa, entre outros tipos de diálogos possíveis.

Os membros podem mudar de um grupo a outro, à medida que mudam seus interesses, e podem pertencer a mais de uma comunidade ao mesmo tempo. As comunidades, entretanto, são mantidas por meio da produção mútua e troca recíproca de conhecimento. (JENKINS, 2009, p. 57)

Uma nova etapa se apresenta à porta. Com a mobilidade oportunizada pela TV digital, a *Social TV* deverá ter sua importância como laço social ampliada ainda mais. No momento em que não é mais preciso estar no sofá da sala para assistir televisão, a experiência da Segunda Tela também será afetada. O telespectador poderá ver ao seu programa preferido onde quer que esteja e irá fazer isso conversando com seus círculos de relacionamentos pelas redes sociais que também estarão vendo a mesma coisa de qualquer lugar, fortalecendo a televisão como laço social.

3. Um cenário transmidiático

Se anteriormente cada meio possuía sua própria linguagem, hoje percebemos que elas circulam por diferentes dispositivos. Acessar a *World Wide Web* pelo aparelho televisor, ouvir uma emissora de rádio em um computador ou fazer qualquer uma dessas coisas em um *smartphone* são ações cada vez mais incorporadas a rotina das pessoas em todo o planeta. O ecossistema midiático atual, por meio do processo de convergência, não se baseia na segregação das mídias, mas num processo de hibridização.

Essas mudanças tecnológicas não devem ser consideradas, exclusivamente, numa renovação da estrutura do ecossistema midiático. Como lembra Scolari (2008), é preciso incluir as transformações que ocorrem nos processos e nas linguagens. Ele classifica o atual momento como de hipermediações, que consiste no tempo dos suportes digitais e estruturas hipertextuais.

Outro ponto que precisa ser revisto, conforme Scolari (2008), é a relação entre o emissor e o receptor, que foi alterada. A principal mudança está no segundo, que tem a opção de abandonar um papel menos participativo, podendo passar a ser um usuário do conteúdo. Ele, desse modo, se transforma em um colaborador que busca por interatividade num desejo de participar na construção do material produzido.

Nesse novo momento, Renó (2012, p.201), alerta que “necessitamos mudar linguagens, pois agora são outros conteúdos, por outros meios, e para outros públicos, que conquistaram o *status* de coautores, de participantes”. No atual cenário, o público deixa de ser apenas fonte para os jornalistas e passa para o papel de fonte para a sociedade utilizando espaços virtuais próprios. Ele passa também a ser responsável pela circulação da informação por sua própria ação.

As inovações tecnológicas, que influenciaram nas mudanças das mídias, transformando linguagens e formatos, além de um novo comportamento do público, criaram um novo quadro. Esse cenário acabou por possibilitar o surgimento de narrativas até então não possíveis ou com limitações, como é o caso da transmidiática.

Por princípio, a narrativa transmídia não objetiva a substituição ou aglutinação das mídias, mas exatamente o contrário. A proposta consiste na máxima exploração das características de cada meio, oferecendo uma experiência de imersão e expansividade ao receptor que passa a ter uma nova postura em relação ao conteúdo, como aponta Scolari.

As NTs não afetam somente o texto, mas também incluem transformações nos processos de produção e de consumo. Pesquisadores e produtores veem as novas oportunidades de negócio para o mercado midiático enquanto as novas gerações de consumidores desenvolvem as habilidades para lidar com o fluxo de histórias e se tornam caçadores de informações de múltiplas fontes (SCOLARI, 2015 p. 9 e 10).

A consciência do que vivenciamos no atual período é fundamental, como defende Gosciola (2014). O autor utiliza-se de três conceitos desenvolvido pelo historiador Hans Ulrich Gumbrecht (1998) que nos ajuda a compreender melhor a narrativa transmídia: destemporalização, destotalização e desreferenciação. Assim, a narrativa transmídia “é estruturada na simultaneidade (destemporalização) de múltiplas narrativas complementares (destotalização) oferecidas nas mais diversas telas ou mídias (desreferencialização)” (GOSCIOLA, 2014, p. 8).

É preciso ressaltar que a transmidialidade tem no entretenimento suas experiências mais consolidadas, como a franquia *Star Wars*, onde do cinema a história se expandiu para outras plataformas, e *Matrix*, que já foi concebida a partir de uma ideia transmidiática, com três filmes longa metragens, nove filmes curta metragens, histórias em quadrinhos e um jogo de *videogame* planejados previamente. Isso despertou o interesse por esse tipo de narrativa e, conseqüentemente, sua popularização no ambiente de pesquisa comunicacional que vem se desenvolvendo nos últimos anos.

Foi Jenkins (2003), com seu artigo *Transmedia Storytelling*, que deu visibilidade a expressão narrativa transmídia, mas o termo teve sua aplicação registrada três décadas antes. Gosciola (2014) lembra que a primeira vez em que ela foi usada aconteceu em 1975, com o compositor e instrumentista Stuart Saunders Smith que criou o conceito *transmedia composition*. Ele considerava a composição de melodias, harmonias e ritmos que seriam completados por diferentes compositores e a sincronia de cada instrumento.

Na Comunicação, a primeira vez que o conceito apareceu foi no livro *Playingwith Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, de Marsha Kinder (1993). A obra traz observações que a autora fez de seu filho assistindo televisão e a influência dela nas brincadeiras do menino com os amigos. Apesar de não ter caráter científico, a publicação apresenta as interpretações feitas por Kinder. Ela identificou o interesse cada vez maior do menino nas histórias dos personagens das animações que acabava por gerar uma

experiência ampliada. A autora definiu como um supersistema de entretenimento que ela chamou de *transmedia intertextuality*.

Em artigo publicado em 2000, a *designer* Brenda Laurel define o conceito *think transmedia*. Sua proposta é a de abandonar um velho modelo onde se cria algo para um meio específico e posteriormente redirecioná-lo para desenvolvimento de material para outras mídias. Ela defende o pensamento transmidiático desde o início do projeto. Em um primeiro momento, Jenkins (2001) se refere à transmídia numa divisão de duas visões: *transmedia exploitation of branded properties*, relacionado às grandes corporações; e *transmedia storytelling*, referindo-se à convergência das mídias que possibilitam uma narrativa por meio de múltiplas plataformas.

Foi no seu artigo de 2003, *Transmedia Storytelling*, que Jenkins apresentou uma definição mais clara da narrativa transmídia, que foi aprofundada na sua obra *Cultura da Convergência* (2008). Conforme o autor, na narrativa transmídia cada meio explora ao máximo as suas características. Cada um deve ser autossuficiente, garantindo autonomia e devem permitir fluidez para uma leitura expandida.

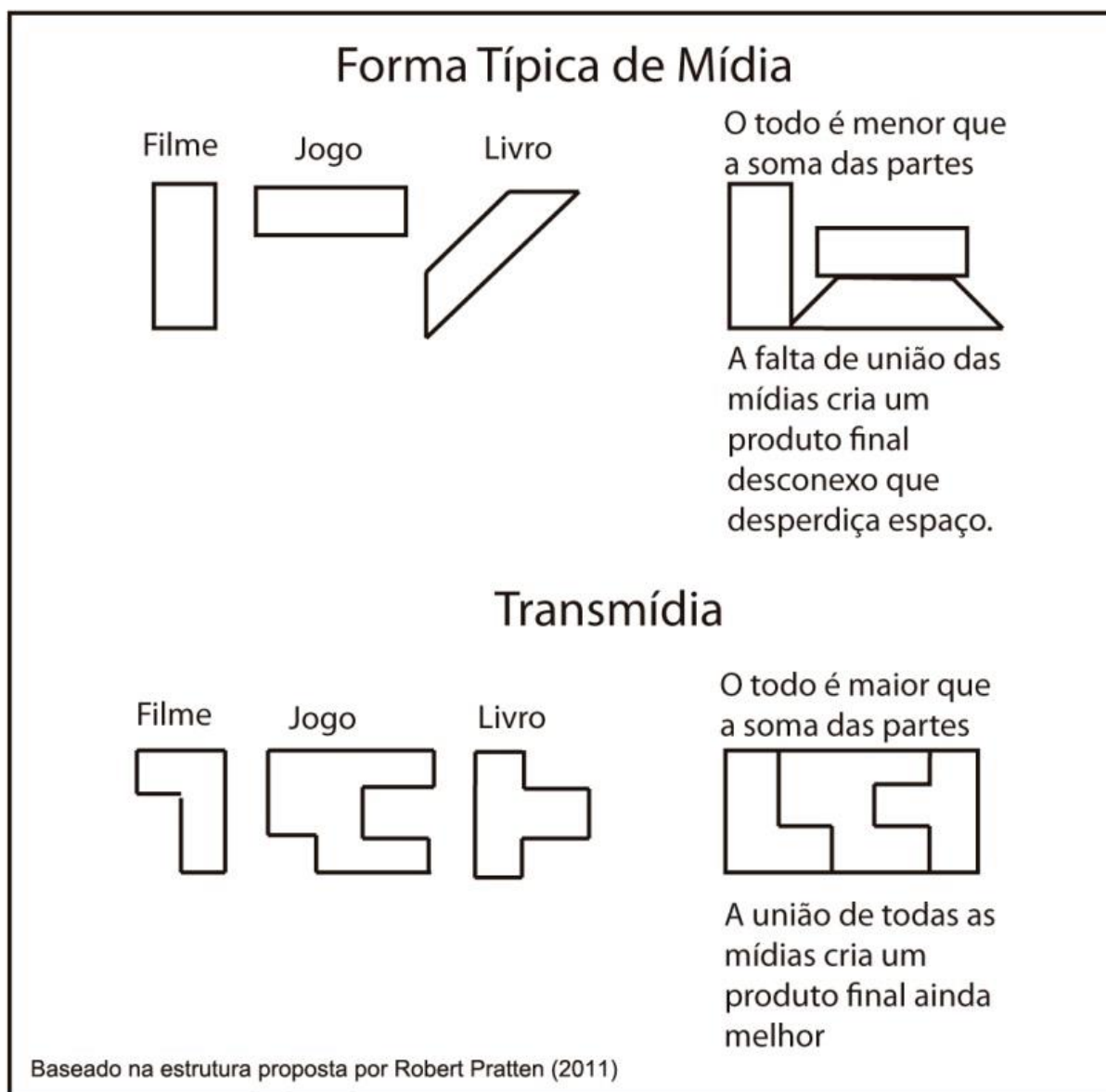
Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em *games* ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do *game*, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2008, p. 135).

Pratten (2011) acredita que por meio de uma estratégia baseada na narrativa transmídia se conquista a potencialização dos diferentes canais de mídia. Ele apresenta alguns requisitos que seriam chave para a aplicação da transmidialidade. Um é a divisão da história em mídias conforme a característica de cada meio para garantir um melhor resultado no todo, explorando o que cada uma tem de melhor a oferecer. Além disso, ele considera importante estipular um tempo para a apresentação de cada parte para que elas possam ser interpretadas, possibilitando a contextualização. A indicação de como a audiência deve percorrer as mídias também faz parte do processo, assim como apresentar as formas como o público pode participar.

Ainda sobre a proposta do autor, está a necessidade de considerar sempre a transversalidade não-linear, além de assegurar que os envolvidos no desenvolvimento

do material garantam a continuidade da narrativa. Ao procurar esclarecer a estrutura de uma narrativa transmídia, Pratten (2011) elaborou uma representação gráfica exemplificando a diferença entre as formas narrativas tradicionais e a transmidiática (Figura 1).

Figura 1 – Diferença entre narrativas tradicionais e transmidiáticas



Outro ponto abordado por Pratten (2011) está na diferenciação entre o tempo de exibição e o tempo de consumo. Eles funcionam em ritmos diferentes, não sendo necessária a urgência em disponibilizar o material tão logo ele seja concluído, mas

respeitando planejamento prévio. Assim, fica garantida a construção da leitura pelo usuário, sem prejudicar a cronologia estipulada para o conteúdo.

A defesa de Pratten (2011), é que a experiência do usuário é representada por uma série de plataformas e deve ser acionada por diferentes gatilhos. Um seria a do tempo, quando cada mídia é lançada dentro de um período temporal, como dia ou horário específico. Outro por localização, quando o conteúdo é lançado em uma área geográfica determinada. Mais uma forma seria pelo lançamento em um meio específico, com conteúdo exclusivo que posteriormente seria ampliado pelas demais mídias.

O autor indica ainda outras maneiras, como a do conhecimento, quando a mídia é liberada para quem já consumiu outros conteúdos do produto. Também pode ser utilizado os números da audiência, quando a liberação do conteúdo só é feita quando se atinge um número determinado de pessoas. A idade também pode ser um gatilho, distribuindo o material para determinada faixa etária. Mais um fator a ser avaliado é que cada meio deverá considerar os seguintes quesitos: o tipo de mídia, a implementação de dispositivos e o conhecimento que será revelado da narrativa.

Para Scolari (2009), a narrativa transmídia se constitui em uma estrutura que se expande por linguagens, podendo ser verbais, icônicas, textuais, entre outras, mas, também, pelas mídias. Ele destaca que existem duas características principais nesse tipo de narrativa. A primeira é de ser uma história contada em meios e plataformas diferentes, começando em uma mídia e tendo continuidade em outras. A segunda é a participação do leitor, pois contribui na construção da narração. Junto com o conteúdo criado pelo emissor é somada a colaboração do consumidor que se transforma também em um coprodutor.

Scolari (2009) chama a atenção para uma importante particularidade da narrativa transmídia que é a não repetição ou adaptação do conteúdo de um meio para o outro. Jenkins (2008) colabora com essa questão destacando que em muitos casos se confunde as narrativas transmídia e *crossmedia*.

Enquanto *crossmedia* é um projeto, quase sempre publicitário, que faz uso de diferentes plataformas para divulgar uma mesma história, narrativa transmídia é uma história expandida e dividida em várias partes que são distribuídas entre diversas mídias, exatamente aquelas que melhor possam expressar a sua parte da história. Assim, todas as mídias e todas as partes da história são integradas, ainda que não precisamente do mesmo modo. (JENKINS, 2008, p.123 e 124)

Fechine (2014) também aborda a diferenciação necessária entre as narrativas transmídia e *crossmedia*, “O primeiro remete, portanto, a um determinado modo de utilização dos meios e o segundo a um determinado modo de produção de conteúdos a partir da convergência de mídias” (FECHINE, 2014, p. 73). Para ela, o mais importante diferenciador entre as duas formas narrativas está no público. Ele passou a ser ativo, um participante que foi inserido nas práticas de consumo de mídia “que se convencionou chamar de cultura participativa em função das possibilidades abertas aos consumidores de maior acesso, produção e colocação em circulação de conteúdos midiáticos, a partir da convergência dos meios” (FECHINE, 2014, p. 73).

Ao ser concebida para múltiplas plataformas, gerando um fluxo não linear, a narrativa transmídia oferece espaços onde os usuários são estimulados a conectar as partes dessa história disponíveis em diferentes canais e possibilitando compartilhar com outros usuários suas descobertas.

A chave dessa experiência transmídia são os desdobramentos e a complementaridade entre narrativas que, vistas em seu conjunto, são interdependentes, embora dotadas de sentido em si mesmas. Há, portanto, uma organicidade entre os conteúdos postos em circulação e disponíveis para acesso dos agentes criativos (consumidores). Essa interdependência e organicidade entre os eventos distribuídos entre os diferentes meios é o que nos permite enxergar o conjunto como um tipo particular de narrativa que investe na integração entre meios para propor aprofundamentos a partir dessa distribuição articulada de conteúdos (FECHINE, 2014, p. 76).

No desenvolvimento de suas observações, Jenkins et al (2014) destacam as redes sociais e sua importância para a construção de uma narrativa transmídia. Mesmo que sua utilização não seja considerada obrigatória é por meio delas que acontece, de forma mais efetiva, a participação dos consumidores e onde acontece o efeito da propagação do conteúdo, o que pode resultar em aumento de audiência num circuito crescente.

Scolari et al (2014) lembram que a narrativa transmídia, por ser um objeto de pesquisa interdisciplinar, pode ser analisado por diferentes pontos de vista. Numa perspectiva semiótica, não há diferenciação hierárquica entre indústria, a mídia e consumidores, podendo ser considerada uma rede de textos em diferentes mídias que expandem um universo. Já para a etnografia e Estudos Culturais, as atividades dos usuários, geração de novos conteúdos periféricos e cultura de fãs são privilegiadas.

Além da possibilidade de análise por variados ângulos, também é possível considerar novos campos de aplicação do conceito transmidiáticos. As

transformações que ocorrem no ambiente midiático com a digitalização atingem todas as formas de comunicação, não se limitando apenas ao entretenimento. A convergência não possibilita novas formas de linguagens, ela praticamente as impõe a partir de uma mudança no consumo de informações iniciada com o desenvolvimento das redes telemáticas e o *hyperlink*.

3.1 Uma nova proposta para o jornalismo

O desenvolvimento da narrativa transmídia no entretenimento e o sucesso dessas iniciativas atraiu a atenção e estimulou propostas de expandir sua aplicação. Também teve início um processo de análise e incorporação dos estudos da transmidialidade para outros tipos de conteúdos. Conforme Scolari (2009), os discursos político, documentário, publicitário e jornalístico teriam potencial para a aplicação do formato. Ele identifica o jornalismo como uma das principais áreas onde esse tipo de narrativa pode ser desenvolvida, especialmente por já ter, de certo modo, algumas características para sua execução no cerne da atividade.

Para ele, antes mesmo do desenvolvimento da *World Wide Web*, o jornalismo já havia vivenciado experiências transmidiáticas. Scolari (2009) lembra que, anteriormente ao processo de digitalização, as notícias se expandiam por entre os meios, partindo do rádio para a televisão e, posteriormente, para os periódicos impressos. Apesar das redes sociais ainda não existirem, o público podia contribuir com telefones e correspondências para as redações. O desenvolvimento tecnológico colaborou para uma nova dimensão dessas características.

A diferenciação entre o jornalismo transmidiático e as formas tradicionais está na adoção de uma linguagem contemporânea pelo primeiro, como identifica Renó (2012). Nela, a mobilidade, estruturas líquidas e a interatividade assumem importantes papéis de envolvimento e atração do receptor para a interpretação participativa da mensagem. Sendo a expansão, por meio da interação, um dos principais pontos de inovação.

O jornalismo transmídia é uma forma de linguagem jornalística que contempla, ao mesmo tempo, distintos meios, com várias linguagens e narrativas, a partir de inúmeros meios e para uma infinidade de usuários. Para tanto, devem ser adotados recursos audiovisuais, de comunicação móvel e de interatividade na difusão do conteúdo, inclusive a partir da blogosfera e das redes sociais (Renó, 2012, p. 202).

Para Renó (2012), os *smartphones* precisam ser considerados. A cada dia eles se transformam mais em dispositivos que reúnem tudo em um único aparelho, alterando os parâmetros de conteúdo. Por isso, é necessário compreender, além de criar, linguagens específicas para o meio, pois

O texto não é como um computador, pois a navegabilidade, por mais simples que seja, é distinta. O som não é como o do rádio, pois a transmissão nem sempre é de boa qualidade, e, além disso, pode ser *on demand*. O vídeo não é o mesmo que a televisão, pois o dispositivo possui uma microtela que limita a visualização do conteúdo e oferece uma interação a partir do sistema *touche screen* (telas táteis), ou seja, oferece uma interatividade a partir da interface. Por esse motivo, é um dispositivo comunicacional diferente dos demais que conhecemos (RENÓ, 2012, p. 203).

Moraes e Santos (2014, p. 25) percebem na narrativa transmídia “um novo desafio para o jornalista na construção de outro tipo de linguagem, como ocorreu em outras épocas com o surgimento dos meios de comunicação eletrônicos e suas possibilidades relacionadas à oralidade e à imagem”. Elas recordam que também houve dificuldade na criação da narrativa radiofônica e televisiva que hoje estão consolidadas e ressaltam que “espera-se do jornalista o que de melhor ele sabe fazer: não apenas relatar, informar, mas formar seus leitores para participar dessa sociedade *sui-generis* que se apresenta” (MORAES E SANTOS, 2014, p.25).

A tentativa de envolver o público como peça importante na estrutura comunicacional, é visto pelas autoras como uma forma de trazer inovações na linguagem jornalísticas por meio de experiências de narrativas transmidiáticas, “elaborado inclusive fora das salas de redação, mas com a responsabilidade e a credibilidade características do campo e do profissional do jornalismo” (MORAES E SANTOS, 2014, p.33).

Mas, a linguagem jornalística é a essência do jornalismo transmídia, como aponta Renó (2012). Para ele, tornou-se necessária a busca por um modo que contemple um formato permitindo a navegabilidade a partir de ambientes intertextuais. “Uma construção que prolonga a interatividade pelo conteúdo e pela circulação e avaliação do texto (RENÓ, 2012, p. 205)”. Pois, “trata-se de uma construção de conteúdos inter-relacionados e que oferecem uma narrativa interativa a partir de tarefas realizadas pelo prosumidor” (RENÓ, 2012, p.206).

O autor define o jornalismo transmídia como “a construção de um pacote de notícias inter-relacionadas, mas com ‘vida própria particular’, que após a combinação

de seus conteúdos constroem uma nova notícia, mais ampla e diversificada” (RENÓ, 2012, p. 208). Lembrando que

Tal conteúdo segue pelas redes sociais, que promovem sua reconstrução constante e a difusão de forma viral, o que fortalece, inclusive, sua credibilidade, pois está ‘entre amigos’. Trata-se de uma nova forma de difundir notícias, com novas linguagens e necessárias mudanças no corpo midiático (RENÓ, 2012, p. 208)

Canavilhas (2014) destaca a proposta de Moloney (2011) de um conjunto de princípios que seria a base para a aplicação da narrativa transmídia no jornalismo. São eles: características que permitam o compartilhamento do conteúdo; união por ligações que possibilitem variados percursos e níveis de leitura; ser ininterrupto, pois a realidade é contínua, rompendo com a periodicidade característica tradicional do jornalismo; permitir a integração da participação do público ao conteúdo; deve se possibilitar a imersão; o conteúdo não pode ser perecível, permitindo seu uso futuramente; múltiplas formas de explicação com indicação de leituras para aprofundamento; e a contribuição para uma maior participação do público nas definições de políticas públicas.

Entretanto, o próprio Canavilhas (2014) identifica uma mescla entre propriedades dos conteúdos e a intencionalidade com que são produzidos. Ele propõe a substituição de princípios por características que devem estar presentes em uma narrativa jornalística transmidiática. Para o autor, é preciso considerar que o jornalismo estimula a interação social, promovendo debates de temas importantes.

E além de capacitarem os cidadãos e de hierarquizar os temas mais importantes, as mídias ainda podem desencadear um processo de participação imediato dos cidadãos, o que se materializa nos comentários e na distribuição de notícias através dos chamados *social media*. Numa situação ideal, esta participação serviria de combustível para novos desenvolvimentos da notícia (CANAVILHAS, 2014, p. 60).

Na proposição de Canavilhas (2014), a hipertextualidade se torna essencial pela sua capacidade de conexão entre textos e teor multimidiático por meio de conteúdo navegável. A multimídia precisa ser integrada, ou seja, “os conteúdos devem ser usados com um objetivo específico no contexto do trabalho, seja para confirmar, destacar ou simplesmente ilustrar uma determinada situação em que a imagem ou o som fazem a diferença” (CANAVILHAS, 2014, p. 62).

É preciso ressaltar que um hipertexto não se trata apenas de um material – texto, foto, áudio ou vídeo – publicado em um ambiente digital. Sua primeira

característica é a da não linearidade. Em seu conceito inicial, consistia em um sistema de blocos de textos ligados por meio de vínculos, permitindo uma leitura livre, construída a partir das escolhas do leitor, como argumentava Landow (1997). Posteriormente, essa visão foi ampliada a partir de revisão do contexto do que vem a ser um conteúdo textual, abordando todas as formas de linguagens possíveis que são ligadas por meio do *hyperlink*, conforme Lévy (1993), baseado na proposta inicial de Nelson (1965).

Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes gráficas, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa, portanto, desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira (LÉVY, 1993, p.33).

Com seu caráter aberto, o hipertexto retira os níveis de importância que cada um dos blocos poderia ter. A dissolução de um conteúdo central cria um modelo de trocas no qual nenhum dos conteúdos supere a outro, não havendo um domínio de um conteúdo sobre os demais. Por isso, é preciso a renúncia da ideia de um texto unitário, que precisa ser substituída pela do texto disperso, ou seja, abrir mão da noção do tipo único e substituí-la pelo de uma de conjunto completo e de muitas variantes (LANDOW, 1995).

Ao romper com uma linearidade, onde o produtor define o fluxo da leitura, que era tradicional no jornalismo impresso e eletrônico, o hipertexto faz com que a leitura varie. Isso não se dá apenas pelo acesso de distintos leitores, mas um mesmo usuário pode fazê-lo de formas diferentes. Sendo assim, o hipertexto altera a estrutura com que se constrói um texto, fundamentado na definição da leitura, do início ao fim, pelo produtor. Isso faz com que um texto digital varie a cada leitura (AARSETH, 1997).

A ruptura gerada pelo hipertexto está nessa opção de leituras construídas de forma individual. As possibilidades oferecidas pelos vínculos eletrônicos criam percursos diferentes que serão construídos por cada leitor, conforme as opções que lhe forem oferecidas.

Dado o carácter descontínuo dos nós, um outro tijolo básico da construção hipermidiática está nos nexos ou conexões. Um discurso verbal arma-se em um todo coeso graças aos conectores gramaticais. Um artigo se estrutura em parágrafos de transição, tópicos e subtópicos, assim como um livro se organiza em capítulos. Do mesmo modo, a hipermídia também tem um sistema de conexões que lhe é próprio. O propósito básico desse sistema é conectar um nó a outro de acordo com algum desenho lógico, seja este analógico, arbóreo, em rede, hierárquico, etc (SANTAELLA, 2004, p.49, 50).

Esse formato não altera apenas a construção da leitura do texto que passa a oferecer uma certa independência ao usuário, mas, também, como ocorrem as consultas de referências e associações. Não se trata somente de ampliar os limites do texto, inclui um processo de aceleração nas funções de referências (LANDOW, 1997). Ao se propor produzir um conteúdo hipertextual, torna-se essencial garantir essa estrutura, conforme comenta Santaella (2004, p.50),

Esse percurso de descobertas, entretanto, não cai do céu. Ao contrário, para que ele seja possível, deve estar suportado por uma estrutura que desenha um sistema multidimensional de conexões. A estrutura flexível e o acesso não linear da hipermídia permitem buscas divergentes e caminhos múltiplos no interior do documento. Quanto mais rico e coerente for o desenho da estrutura, mais opções ficam abertas a cada leitor na criação de um percurso que reflete sua própria rede cognitiva.

Greenberg (2012) destaca o fato de, apesar da internet ter uma natureza multimidiática, ela é um ambiente extremamente textual. Esse texto não está apenas nos relatos escritos, mas também como apoio de imagens e sons como forma e identificação de conteúdo, fazendo com que a *World Wide Web* se transforme em uma curva narrativa. Nesse ambiente também ocorre uma mistura entre as culturas orais e escritas, pois nele o texto é permanente. Essa hibridização de linguagens no ambiente digital facilita, na construção do conteúdo, um desafio permanente no jornalismo que é a tradução da comunicação corporal ou de sentimentos e emoções como o humor, tom e voz.

Ainda sobre a proposta de Canavilhas para um jornalismo transmidiático, outra característica é a da contextualidade. O autor a classifica como indispensável. “O conteúdo deve incluir um grau de contextualização avançado, procurando adaptar-se o máximo possível às circunstâncias de consumo” (CANAVILHAS, 2014, p. 63). Este item está diretamente relacionado a atenção que o leitor dará ao texto que depende do sentido que o conteúdo fará a ele no momento de leitura.

Ao considerar que um material transmidiático é o conjunto de diferentes textos que, mesmo independentes, acabam por formar um conteúdo único e ampliável,

contextualizar os diferentes materiais não é uma opção, mas uma necessidade. É a partir dela que será possível a compreensão das narrativas e a formação dos elos entre as matérias. Sem essa possibilidade, o que se terá será apenas um grupo de reportagens sem conexões perceptíveis entre si.

Na proposição feita por Canavilhas (2014) há um ponto que precisa ser revisado. Dentro de sua ideia, a característica primordial seria a da interatividade. Pois, conforme o autor, somente assim seria permitida a construção da relação entre os conteúdos e usuários. Ele considera a participação fundamental em momentos variados da leitura. Entretanto, Lemos (1997) lembra que, apesar de muitas vezes serem tratadas como sinônimos, interação e interatividade são conceitos diferentes. Enquanto a primeira é mediada, a segunda está relacionada aos contatos interpessoais, ou seja, ela não se restringe a um equipamento, o que torna necessário a existência de sistemas que proporcionem intercâmbio ou indiquem formas de consegui-la.

Ao estudar programas instrucionais, Rhodes e Azbell (1985) propõem a divisão da interatividade em três níveis que pode ser aplicada em qualquer relação homem-máquina em sistemas informacionais: reativo, coativo e proativo. No primeiro, o usuário possui pouco controle na estrutura do conteúdo. O coativo apresenta um estágio intermediário, permitindo o manejo na sequência, estilo e ritmo do material. A etapa mais elevada é a proativa, onde há o controle da estrutura e do conteúdo pelo usuário.

Essa divisão serviu para Sims (1997) classificar oito tipos de interatividades. A linear, onde os movimentos são de avanço e retorno do conteúdo. A de suporte, que oferece orientação na forma de utilização do sistema por meio de mensagens ou tutorias de ajuda. A hierárquica que disponibiliza a escolha dentro de opções pré-definidas. A interatividade sobre objetos é baseada na utilização do *mouse* ou outro dispositivo apontador que ofereça algum tipo de resposta audiovisual.

Já a reflexiva permite uma comparação entre respostas, possibilitando ponderações sobre o assunto. Na interatividade por hiperligação é criado um ambiente flexível por meio de conexões oferecidas pelo sistema que garantam acesso aos seus elementos. Na construtiva, partindo do manuseio de objetos, o usuário constrói um modelo específico. E, por último, está a geração de conteúdos atualizados respondendo as ações dos usuários, característica da interatividade de atualização, base da inteligência artificial.

Portanto, a utilização do termo deve ser feita com cuidado. Por vezes ela pode acabar como uma simples redundância, afinal o próprio hipertexto é uma forma de interatividade. Assim como a possibilidade de um usuário difundir o conteúdo por meio de botões para publicação em redes sociais também está incluída nas características de propagabilidade. Desse modo, esta pesquisa considera interatividade as formas disponibilizadas para que o público participe em algum estágio da construção da informação. Como exemplificação de uma forma simples dessa interatividade aqui proposta, pode ser citada a aplicação de um questionário ou pesquisa em que o resultado colabore na produção do conteúdo final ou algum outro tipo de atividade como um *newsgame*⁷.

Já para Gambarato e Tárzia (2016) três fatores são características fundamentais na construção de um jornalismo transmidiático. A primeira é a utilização de plataformas midiáticas múltiplas, onde as empresas de comunicação podem tirar proveito dos diferentes meios, sejam os tradicionais como televisão, rádio e impressos, ou como a internet e as mídias móveis, em especial, para contar histórias mais profundas.

A segunda está em disponibilizar um conteúdo que seja expansível, num movimento contrário à repetição de informações em diferentes meios. Esse item os autores classificam como a essência de uma narrativa transmídia, fazendo com que se torne o ponto principal a ser buscado no jornalismo que adota o formato, pois é o conteúdo estendido que garante a riqueza do material.

A terceira característica apontada por Gambarato e Tárzia (2016) está em garantir a participação do público. Conforme os autores, para efetivar o envolvimento da audiência é necessário se utilizar de recursos como a oferta de elementos para serem explorados, opções multimídias como fotos, vídeos, fotografias, mapas, *hyperlinks* e possibilidade de compartilhamento em redes sociais. Esse engajamento garante a participação por meio de remixagens ou criação de novos conteúdos criados pelos usuários.

⁷ “Os *Newsgames*, como assim são denominados, são jogos baseados em notícias jornalísticas que configuram uma nova forma de transmitir um fato mergulhado no campo imersivo dos Vídeos Jogos. Esta ferramenta permite criar um modelo de transmissão informativa interativa tornando o jornalismo mais participativo e ainda atuando como uma plataforma móvel de divulgação”. (DÉDA, Talita e ZAGALO, Nelson. *Newsgames e Social Games como ferramentas atuantes em novos modelos comunicativos de engajamento*, 2010, *Videojogos*, 129-134, disponível em https://www.academia.edu/709340/Newsgames_e_Social_Games_como_ferramentas_atuantes_em_novos_modelos_comunicativos_de_engajamento, acessado em 27/3/2018).

Outro ponto de debate acerca do jornalismo transmidiático é apontado por Santos (2017). O pesquisador destaca que apesar de recente, as discussões sobre suas definições têm divergido bastante. Ele atenta que diversas análises são embasadas em duas práticas simultâneas.

a) transposição do noticiário para as plataformas de mídias sociais, inclusive, adaptando e otimizando tal conteúdo para melhor operar a partir das especificidades de cada uma; b) usar e motivar a participação dos usuários a partir de colaborações espontâneas ou estimuladas, de forma a otimizar métricas como números de visualizações, compartilhamentos, comentários e aprovações (SANTOS, 2017, p. 143).

Entretanto, como já apresentado, a transposição de conteúdo de um meio para outro não consiste em uma característica do jornalismo transmídia. Já a possibilidade de permitir a participação do usuário em algum nível é apenas um dos pontos que devem ser considerados para classificar uma narrativa como transmidiática. Santos destaca, ainda, que

outro fator, ao nosso modo de ver destoante, mesmo nesses casos, é o nível mínimo de planejamento ou construção distribuída e específica para cada uma dessas saídas. No jornalismo, abre-se um canal numa plataforma de mídias sociais e a partir daí utiliza-se essa porta de saída exercitando-se a possibilidade de um fluxo bidirecional onde os consumidores de informação podem participar (SANTOS, 2017, p. 143).

Na busca por esclarecer o que é uma narrativa transmídia, Santos (2017), fundamentado nas ideias de Jenkins (2008) e Gosciola (2014), elaborou um conjunto de características que definem ou não a transmidialidade (Tabela 1). O autor lembra que no entretenimento a distribuição do conteúdo acontece de forma horizontal em decorrência da estrutura organizacional dos conglomerados que são proprietárias de diversos canais (SANTOS, 2017). Assim, podemos considerar que a transmidialidade tem sua aplicabilidade facilitada nas empresas jornalísticas que compõem grupos de comunicação, por abrangerem um leque de diversificadas mídias e veículos.

Tabela 1 - Características da narrativa transmídia.

O que é ou não transmídia	
Características da narrativa transmídia	Características que não definem a narrativa transmídia
Tipo de estrutura narrativa	Qualquer estratégia que envolva mais de uma plataforma de mídia
Uma grande história dividida em partes	Qualquer estratégia que reproduza as mesmas histórias através de múltiplas plataformas
As partes são distribuídas entre múltiplas plataformas de mídia	Um conteúdo em plataforma analógica disponibilizado on-line
Cada plataforma contribui para contar aquela parte da história e, assim, contribuir para a compreensão do todo	Adaptação de um livro ou HQ para outra plataforma
Permite que a história possa ser expandida	Produtos licenciados
Pelas redes sociais incentiva o engajamento do público	
Recorre às vezes à estratégia de mídia chamada "viral"	

Santos (2017) baseado em Jenkins (2006) e Gosciola (2012)

Mesmo que a economia política das empresas de comunicação não seja o objetivo desta pesquisa, cabe uma breve passagem para compreender o contexto que possibilita a aplicação da narrativa transmídia no Brasil, apesar da imprensa ter surgido tardiamente aqui. Gambarato e Tárzia (2016) lembram que a existência do jornalismo não se dá de forma isolada, existindo uma relação simbiótica com as estruturas políticas, jurídicas, econômicas e tecnológicas. Isso faz com que se torne importante a compreensão do contexto em que o jornalismo é produzido. Assim, o

processo de convergência acontece de forma diferente de acordo com a cultura, as condições das empresas de comunicação e o acesso disponível às tecnologias, por exemplo.

Atualmente, os grupos de comunicação formados com base nas mídias tradicionais também estão no ambiente digital, com *sites* e portais. Desse modo, essas empresas, ao atuar em diferentes plataformas, dentro de um cenário multimidiático, encontram condições mais propícias à implantação de uma narrativa transmídia.

Considerando esse quadro e tendo como base a revisão feita até agora, o presente trabalho apresentará uma proposta de estruturação para a construção de uma narrativa jornalística transmidiática. Também será levado em conta o momento de convergência dentro de um ecossistema dos meios. A partir das concepções apresentadas, esta pesquisa entende como jornalismo transmídia o conjunto de reportagens independentes e de conteúdos diferentes sobre um mesmo tema, distribuído em canais diversificados que, quando considerados como um conjunto, resultam em uma narrativa maior que a simples soma das partes.

Além da intertextualidade, a hipertextualidade se faz necessária no processo. Não apenas para a construção de leituras livres pelos usuários, como forma de expansibilidade do conteúdo por meio de ligações que permitam o seu aprofundamento, como também por possibilitar conexões com as demais reportagens da narrativa. Assim, a *World Wide Web* torna-se não apenas um ambiente de expansão da leitura, como também uma opção de repositório do material produzido onde serão construídos os elos entre as matérias, criando a disponibilidade, outra característica da narrativa transmídia. Ao oferecer todo conteúdo, também é facilitada a contextualização, gerando as condições necessárias para que a leitura seja compreendida de forma mais ampla.

Também compõe o escopo da narrativa transmídia jornalística, na nossa visão, a presença de elementos que possibilitem a interatividade dos usuários por meio de recursos que, efetivamente, permitam a participação dos mesmos na construção da informação. Ferramentas que possibilitem a imersão no conteúdo, indo além do conteúdo publicado completam as principais características do jornalismo transmídia.

Mesmo que não obrigatório, a utilização de redes sociais é outro item recomendável e que pode ter diferentes funções. Ser um mecanismo de propagação, principalmente feita por meio dos usuários gerando engajamento e, também,

ferramenta complementar da narrativa no acompanhamento de acontecimentos em tempo real que façam parte da cobertura.

Ao considerar todos esses elementos na composição da narrativa transmídia percebe-se que sua aplicação possui limitações e exigências. O planejamento prévio, a definição de estratégias e o trabalho em equipe são considerações inexoráveis para a produção desse tipo de conteúdo. A partir disso, iremos abordar esses temas dentro da proposta de construção de um jornalismo transmidiático.

3.2 Construindo um jornalismo transmídia

Ao se propor a implantação da transmidialidade na atividade jornalística, uma das primeiras questões que se apresentam é a de quando utilizar o formato. Ao se considerar toda a complexidade do processo de produção desse tipo de conteúdo é perceptível a dificuldade para sua aplicação no trabalho rotineiro das redações. Mesmo com a existência de grupos de comunicação com a atuação em mídias diversificadas, no dia a dia cada veículo atua de forma independente. A cobertura do cotidiano é estabelecida de forma individual nos meios, sem a atuação conjunta, salvo algumas exceções.

O factual não permite planejamento, cada veículo age dentro das possibilidades técnicas, fazendo com que cada um possua seu tempo de execução. Jornalismo impresso, radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo *on line* possuem velocidades diferentes e fluxos informacionais distintos. Essa realidade acaba por dificultar a transmidialidade no *hard news*, salvo que se concretize a ideia de uma redação unificada, com estrutura física e equipes formadas por profissionais de diferentes áreas atuando em conjunto em tempo integral.

Greenberg (2012) ressalta que ao existir uma apreensão em relação sobre o futuro do jornalismo, existe, também, a consciência de que novas formas de distribuição eliminam restrições até então existentes para a atividade. Esse quadro oferece inéditas oportunidades de experimentação. Porém, como aponta Le Masurier (2014), para que se possa colocar em prática esses fatores é necessário que a produção ocorra em um espaço independente ou alternativo, preferencialmente realizado em pequena escala.

Assim, entendemos que, no jornalismo, a narrativa transmídia é mais indicada a eventos pré-agendados ou grandes reportagens com um considerável número de

informações. As coberturas que se estendem ao longo de dias, sob a forma de suíte também se apresentam como passíveis da utilização da transmidialidade. Sob essa ótica, Canavilhas (2014) defende que as notícias que podem gerar algum tipo de agregação são passíveis da transmidialidade. O autor também vê na grande reportagem as maiores possibilidades por ser um gênero transversal a todas as mídias. O que faz com que a adoção da transmidialidade está diretamente relacionada ao planejamento, não sendo possível sua aplicação no trabalho cotidiano jornalístico. A esses, o recomendado é a produção de conteúdos multimídia ou *crossmedia*⁸.

Essa ideia ecoa em Gambarato e Tárzia (2016) que defendem que eventos planejados possuem grande potencial para uma cobertura transmidiática. A primeira razão para isso é que os mesmos acontecem de forma temporal e bem esquematizada e com prévia divulgação. Eles citam como exemplo as atrações esportivas, culturais, artísticas, empresariais e políticas, além de festivais, carnavais, entre outros. A justificativa para isso é que elas atraem grandes públicos, possuem potencial de envolvimento e integração entre audiência e notícia, contam com um planejamento antecipado e com um significativo volume de recursos humanos, técnicos e financeiros e envolvem um grande número de protagonistas e variadas histórias.

Essa visão encontra guarda em Diniz (2011), que lembra que diversos fatores irão determinar a construção da narrativa transmídia, como também reconhecer alguns limitadores à adoção da mesma no jornalismo. O principal deles está relacionado ao tempo. Ele reforça que diferente da ficção, no jornalismo o tempo não pode ser manipulado, reforçando que a grande reportagem seria o mais indicado para a utilização da transmidialidade. Sendo fundamental um aprofundado processo de organização antecipada da cobertura, onde planejamento se torna indispensável. Para isso, ele indica que uma alternativa está em buscar em outros setores referências e experiências para a construção de um projeto transmídia.

Ao se propor produzir um conteúdo jornalístico transmidiático é necessário, inicialmente, reforçar a consciência de que não há um alinhamento entre ele e a atividade diária das redações. É necessário um planejamento que envolve a

⁸ Narrativa Multimídia consiste na integração de diferentes formatos e linguagens em uma mesma plataforma (ALBORNOZ, Luis A. Periodismo digital: Los grandes diarios en la Red. Buenos Aires: La Crujía, 2007). Narrativa *Crossmedia* é baseada na difusão de um conteúdo em diferentes meios (FINGER, Cristiane. Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital, in. Em Questão, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 121-132, jul./dez. 2012. Disponível em <http://www.redalyc.org/html/4656/465645975009/>, Acessado em 08/04/2018).

disseminação do material em diferentes plataformas midiáticas. Gambarato e Tárzia (2016) apresentam um modelo com dez pontos que precisam ser considerados na construção de um projeto transmídia.

O primeiro item é o do propósito. É preciso considerar a grandeza do tema da reportagem. Qual a abrangência e premissas que podem influenciar de modo direto na cobertura jornalística. Revela-se pertinente incluir outros assuntos que tenham relação com a pauta principal, enriquecendo o material. Na sequência, vem a definição das estratégias midiáticas que embasarão a estrutura e o contexto. Nesse momento que se define a quantidade de profissionais envolvidos, a estrutura disponível, as soluções visuais como mapas e infográficos e os elementos relacionados ao tempo e ao espaço.

As notícias, lembram Gambarato e Tárzia (2016), são sobre como as pessoas são afetadas. Assim, é necessário contar histórias paralelas, além das primárias. São esses relatos que podem garantir uma maior difusão do conteúdo quando distribuídos pelas redes sociais, gerando grande número de compartilhamento pelo público a partir da identificação com o tema. Mas esses são apenas um grupo dos personagens envolvidos em uma narrativa transmídia, os demais são os jornalistas e profissionais envolvidos no trabalho, as fontes de informação que serão relatadas e a audiência com uma nova característica mais participativa.

A construção de um universo faz parte dos itens listados por Gambarato e Tárzia (2016). Ela consiste no desenrolar de várias histórias em múltiplas plataformas. Esse mundo vai além do relato único e caracteriza o potencial do conteúdo a ser expandido. A partir de um tema central, as matérias vão se desenrolando criando um ambiente robusto o suficiente para ser sustentado em diferentes meios. No jornalismo significa entender esse enredo, incluindo questões geográficas e metafóricas.

As estratégias de transmídia buscam uma narrativa penetrante com o objetivo de atrair o envolvimento de audiência. Assim, a extensividade do conteúdo não deve consistir apenas em espalhar o material em mais de uma mídia ou apenas reorientar o conteúdo de um meio para outro, mas expandir as notícias aproveitando as plataformas disponíveis.

Essa expansão do conteúdo depende da questão estética tanta para melhorar a experiência transmídia, quanto para criar uma identidade do material. Especialmente os elementos visuais como áudios, foto, vídeos, infográficos, mapas, linhas do tempo,

imagens em 360 graus e *newsgames*, por exemplo, possuem importantes papéis nessa construção.

3.2.1 Transmidialidade, uma questão de tempo

O tempo acaba por ser tornar determinante no desenvolvimento de um jornalismo transmidiático. Com a ampliação da atividade na internet, a velocidade na transmissão da informação ganhou considerável importância. Noticiar antes passou a ter um peso maior do que melhor. Pontos importantes, considerados fundamentais na construção da credibilidade jornalística, como apuração dos fatos, conferência de dados e diversidade de opiniões das fontes acabam por perder espaço na disputa por quem divulga primeiro.

Em meio a um ambiente onde a velocidade parece ser priorizada, Le Masurier (2014) lembra que o jornalismo é multifacetário, não se detendo apenas ao novo. Inclusive, apresenta críticas ao modelo *online* que ele vê como uma repetição de fórmulas. A pressão por ser quase em tempo real acaba por levar à imprecisão e imitação. As características individuais das redações perdem espaço para formas massificadas e pré-formatadas num processo quase industrial de preenchimento de lacunas.

Assim, em um primeiro momento, pode parecer que adotar a transmidialidade num período de informações velozes seja um retrocesso no processo evolutivo do jornalismo, mas na verdade o que se sugere é recuperar alguns diferenciais que sempre se fizeram presentes nas reportagens de qualidade. Ao se propor explorar cada mídia com suas características na construção de um conteúdo amplo que possibilite a imersão do usuário, não se está oferecendo uma linguagem nova, mas uma inovadora leitura do que sempre foi feito e potencializando as virtudes de cada meio.

Greenberg (2012) destaca que na modernidade, o tempo passou a ser experimentado como luxo final. Não tanto pela velocidade cotidiana em si, mas a sensação que os indivíduos desenvolveram da perda do controle no ritmo de suas vidas. O sentimento é de falta de liberdade para escolher, controlar e variar esse tempo para o julgamento pessoal de decidir o que é ou não apropriado.

Le Masurier (2014) busca inspiração no movimento *Slow Food* para defender o *Slow Journalism*. A prática gastronômica não se relaciona apenas a comer lentamente

por questões saudáveis, mas também por um novo padrão de vida onde se valoriza o tempo em atividades prazerosas. Sentir o sabor por um tempo prolongado, dedicar-se exclusivamente à refeição, sem a urgência dos dias atuais são valores que ganham adeptos pelo planeta.

E da mesma forma, crê Le Masurier (2014), exista espaço para um jornalismo que mereça tempo e atenção, não apenas na sua leitura, mas também na sua confecção. O aprofundamento na apuração, a dedicação à produção do conteúdo, a forma de contar histórias de forma mais detalhada são alguns dos elementos desse jornalismo mais lento, mas não os únicos. Essas características também são encontradas em outros gêneros jornalísticos como o chamado literário, nas grandes reportagens em publicações com maior periodicidade, entre outros.

Para Gambarato (2015), na comparação com o jornalismo padrão atual, o *Slow Journalism* oferece informações com valor agregado e está alinhado com as possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias. Outra diferença destacada por ele é o fato do gênero não estar focado na competitividade de publicar primeiro, valorizando a precisão, a qualidade e o contexto. Soma-se a isso, o fato de procurar por histórias não contadas com forte dependência do poder da narrativa. Utilizando-se de textos mais longos, aproveita o tempo e o esforço para construir histórias confiáveis, fornecendo informações que a mídia rápida não traz. Abrange as novas tecnologias e vê o público como colaborador. Le Masurier (2014) lembra que os diferentes tipos de jornalismo não operam na mesma velocidade. Os tempos de criação, circulação e consumo não são iguais. Ele destaca que as revistas, com seus prazos mais longos, sempre produziram em uma temporalidade mais lenta que a imprensa diária. Essas velocidades se distanciam ainda mais nos dias de hoje com a ideia do jornalismo *on line*. Isso significa que se consideramos a palavra lento no sentido temporal, o *Slow Journalism* está presente no jornalismo desde os seus primeiros dias.

Ainda sobre as revistas, elas também possuem um tempo maior de circulação, ficando à disposição do público por um período mais longo, e no seu consumo, pois são lidas de forma mais vagarosa. Já o jornalismo instantâneo, dentro de uma ideia de informação em tempo real, é consumido de forma dinâmica, tendo o material uma característica mais perecível. Percebe-se assim, que há uma relação muito próxima entre o tempo em que o conteúdo é produzido e consumido.

Porém, o *Slow Journalism* não está relacionado apenas a temporalidade na produção, não se limitando apenas a se produzir com mais calma. Ele também está vinculado a um processo mais transparente, onde são apresentadas as proveniências das informações e são explicados os métodos de apuração. O seu conteúdo não consiste apenas em relatar histórias, mas revelar como isso é feito, apresentando as fontes, colocando documentos à disposição e indicando caminhos para um aprofundamento no conteúdo. Ele exige um maior tempo para que ocorra uma reflexão aprofundada ou uma investigação.

Além do estilo expositivo como técnica narrativa, o *Slow Journalism* evita a prática do sensacionalismo e o material pré-formatado e padronizado. O conteúdo e os profissionais primam pela ética e todo o conteúdo deve possibilitar o rastreamento e a verificação. Essas características não são novas na atividade, entretanto, com a digitalização, esse processo pode ser melhor aplicado por meio de *hyperlink*, da inclusão de áudios e vídeos com as íntegras das entrevistas, entre outras formas (LE MASURIER, 2014).

Essas características se alinham com as da narrativa transmidiática que, em essência, trata-se de uma cobertura de maior fôlego. Isso faz com que o tempo seja um ponto fundamental na transmidialidade, não pela urgência, mas pela qualidade e aprofundamento. A partir desse ritmo que valoriza a qualidade, a transparência, garantindo a credibilidade do produto jornalístico que se baseará o planejamento desse modelo.

3.3 Estruturando a informação

A complexidade na produção dos conteúdos transmidiáticos exige uma maior preparação e organização. No caso do jornalismo, esse processo passa também pela estrutura, que em muitos casos não terá apenas múltiplas equipes, mas também diversos autores. Renó (2012) lembra que o jornalismo transmídia altera a forma de produzir o conteúdo, exigindo mais dos profissionais da área. “Existe uma necessidade distinta de projetar-se, planejar os caminhos de leitura dos textos jornalísticos, para, ao final, produzir” (2012, p. 206).

O próprio Renó (2011) propõe que para a execução de um roteiro com várias mídias, é necessário a construção de uma estrutura batizada por ele de Fluxograma Algorítmico Circular Rizomático. Ele consiste em construir antecipadamente as rotas

e conteúdos possíveis e necessários antes de se iniciar o processo de produção do material. É por meio dele que se torna possível experimentar caminhos e relações dos conteúdos, permitindo uma produção mais eficiente.

Gambarato e Tárzia (2016) reforçam que, havendo um processo de planejamento efetivo, o jornalismo transmídia é otimizado. Para isso, é necessário que os jornalistas assumam a responsabilidade na construção de histórias que garantam o envolvimento dos usuários. Os autores ressaltam, também, que a transmidiliidade deve ser projetada de forma cuidadosa e desenvolvida considerando um longo tempo de execução para garantir sua efetividade.

Na visão de Gambarato e Tárzia (2016), o jornalismo transmídia é possível, mas para obter resultados positivos é necessário que a redação assuma uma nova mentalidade a partir de uma ideia de convergência de mídias. Esses profissionais precisam estar centrados na audiência, sendo orientados por histórias e neutros em relação às ferramentas. Esses aspectos permitem oferecer um conteúdo mais profundo fazendo a diferença em meio a um ambiente de notícias *on line* saturado de informações superficiais.

Gosciola (2008) também vê como fundamental uma pré-roteirização do material interativo. Para ele, essa prática se torna importante, por otimizar não só a produção, mas também o tempo, garantindo um melhor resultado transmidiático. Desse modo, a alternativa é considerar a utilização de técnicas da Arquitetura da Informação na produção de conteúdos jornalísticos transmidiáticos.

Usualmente, a Arquitetura da Informação é um campo de estudo voltado para resolver questões de acesso e uso de volumes expressivos de informação. Normalmente, é utilizada em projetos como *websites*, aplicativos para dispositivos móveis e outros meios de comunicação digitais, mas não é raro encontrar seus princípios em bibliotecas ou em ações de comunicação interna de empresas.

A expressão surgiu com Richard Saul Wuman, em 1975. Ele via a Arquitetura da Informação como uma expansão da arquitetura tradicional aplicável em espaços informacionais. A perspectiva surge naturalmente, sendo um desdobramento de uma antiga disciplina respondendo a novos desafios contemporâneos. Sob essa ótica, a Arquitetura da Informação responderia aos desafios de forma semelhante à arquitetura tradicional. E por seu caráter abrangente, não haveria informações que não pudessem ser acolhidas pela disciplina com o objetivo de atender alguma

necessidade. A proposta serviu de base para diversos autores, como ferramenta de concepção e criação de estruturas computacionais e de dados (MORROGH, 2003).

Ainda na década de 1980, a Arquitetura da Informação já se consolidava como um campo de pesquisa. Projetos, documentos, taxonomias, informações categorizadas, além da orientação sobre processos de negócios e necessidades corporativas colaboraram para esse estágio (BRANCHEAU e WETHERBE, 1986). Morville e Rosenfeld (2006) defendem que, a partir dessa lógica, um projeto de Arquitetura da Informação deve considerar três variáveis: contexto, conteúdo e usuários. E o resultado da interseção dessas variáveis deve ter como resultado um ambiente informacional ágil, garantindo acesso rápido e intuitivo ao conteúdo.

Porém, Albuquerque e Lima-Marques (2011) apontam dificuldades na proposta de Wurman para a extensão natural dos instrumentos conceituais. Conforme os autores, “uma vez que a ideia foi posta, ela tomou independência, pois as formas de abordagem, a metodologia, a epistemologia e os instrumentos conceituais da disciplina que lhe deu origem, embora em parte utilizáveis, já não são suficientes (ALBUQUERQUE E LIMA-MARQUES, 2011, p. 61). Eles lembram que tudo o que é percebido pelo ser humano, tanto pelos sentidos externos, quanto pela autoconsciência pode ser considerado informação.

Partindo desse princípio, Dillon (2002) apresenta uma nova abordagem. Sua proposta é a da divisão de duas áreas da Arquitetura da Informação, uma pequena e uma grande. A Arquitetura da Informação Pequena seria utilizada para a definição de campos de metadados e vocabulário controlado. Mais direcionada para a *World Wide Web*, ela estabelece paralelos com temas de classificação e de recuperação de informações. A Grande Arquitetura da Informação considera que os espaços informacionais precisam de uma estrutura de níveis múltiplos por serem responsáveis pela experiência de vida dos usuários daquele espaço.

Já para Morville e Rosenfeld (2006), a Arquitetura da Informação busca nas atividades arquitetônicas seculares as suas principais funções: construir estradas, atalhos, pontes e conexões com o objetivo de permitir o acesso mais rápido e intuitivo à informação. Léon (2008) indica três áreas que ele considera os principais precursores da Arquitetura da Informação: Design da Informação, Sistemas da Informação e Ciência da Informação.

Assim, a utilização dos conceitos da Arquitetura da Informação aconteceria em duas etapas na produção de conteúdos transmidiáticos. A primeira seria no

planejamento da cobertura. Nesta fase, seria necessária a definição das mídias a serem utilizadas e de pautas respeitando as particularidades da narrativa transmídia, explorando ao máximo o potencial de cada meio e garantindo a independência dos textos, onde cada um não complementa o outro, mas acrescenta ao resultado final.

O segundo momento em que a Arquitetura da Informação seria aplicada é na construção de um ambiente em que o usuário possa criar suas próprias rotas de leituras. Nesta fase é necessário também respeitar a autonomia do público, não impondo um trajeto textual, mas dando total liberdade a quem acessar ao material para fazê-lo quando e como quiser. Também é preciso considerar a interatividade e a propagabilidade do conteúdo, ampliando a experiência e as possibilidades dos usuários.

É importante ressaltar que a aplicação da Arquitetura da Informação ao jornalismo transmidiático não está ligada somente a sistematização, organização e estruturação do conteúdo. O *design* desse material, tanto na produção, quanto na sua disponibilização, também é de fundamental importância para que se atinjam os objetivos propostos ao se produzir a reportagem.

Também merece destaque, por fim, o fato da Arquitetura da Informação ser uma ferramenta de hierarquização que pode ser em estrutura piramidal, mas também em camadas. Essa ressalva se faz necessária pois o conteúdo da narrativa transmídia apresenta-se de forma horizontal, quando todo o material forma um conjunto maior, mas não há a obrigatoriedade de padronização de importância em cada uma das peças.

A proposta de utilização de múltiplas plataformas depende do conhecimento e exploração das atribuições de cada mídia. É preciso respeitar as características de cada meio, incluindo as suas limitações, na contribuição para a construção transmidiática. É necessário ressaltar, como reforçam Gambarato e Tárzia (2016), de que não se trata apenas de contar histórias em variadas plataformas, mas de envolver diferentes estilos jornalísticos como artigos, reportagens e opinião. Esse quesito é importante, pois o tempo de lançamento de cada conteúdo faz parte da estratégia da narrativa transmídia.

O ponto que envolve o público recebe especial atenção de Gambarato e Tárzia (2016). Ao assumir um papel mais complexo do que o simples espectador passivo, a própria nomenclatura merece uma mudança passando para usuário ou prosumidor, já que ele passa a ser simultaneamente um consumidor e produtor, pois são variadas as

maneiras como as pessoas que se envolvem em uma experiência transmídia. Em computadores, esses leitores podem ser metódicos, quando se utilizam de menus suspensos e barras de navegação para localizar notícias, ou *scanners*, que leem parte de uma história, olham fotos ou outros itens disponíveis, mas normalmente não retornam após deixar o texto.

Em outros dispositivos, como *tablets* ou *smartphones*, esses leitores podem ser íntimos, ao manter contanto quase constante quando toca, aperta ou desliza os dedos na tela procurando ajusta-la para uma leitura de forma mais confortável. Também podem ser destacados, organizando cuidadosamente um conjunto de textos no visor para uma leitura aprofundada.

O último ponto apresentado por Gambarato e Tárzia (2016) é o do engajamento, sendo um aspecto essencial nas estratégias transmídia. Nas relações entre as histórias e as pessoas é necessário ter ações de envolvimento, garantindo a interação e participação da audiência. É por meio da interatividade que acontece a aproximação entre as reportagens e o público. Para melhor compreender essa questão, é necessário considerar que vivemos um período em que se desenvolveu a cultura participativa, que Jenkins (2008) define como aquela em que há um convite à participação ativa do consumidor na propagação e criação e novos conteúdos.

Apresentada as principais características e dada a complexidade da construção de uma narrativa transmídia, o desafio posto é como aplica-la ao jornalismo. Cabe, ainda, reforçar que não há uma padronização das estruturas midiáticas e culturais no planeta, sendo necessário uma leitura aprofundada do cenário geográfico e objetivos propostos para sua implantação. Dentro dessa realidade, iremos apresentar uma das possíveis propostas de estruturação do formato a partir das características brasileiras.

3.4 A Televisão como ponto de partida

Como dito, o público também tem alterado seu comportamento em relação as mídias. Conforme Moloney (2011), as notícias consumidas diariamente pela população partem de quatro a seis plataformas distintas, como rádio, impresso, *smartphones*, etc. Essa mudança acabou por criar o hábito de se realizar a busca de informações de forma cada vez mais filtrada, desenvolvendo o interesse na customização e um desejo maior dos usuários em também participar na construção

do discurso jornalístico. É esse novo perfil que abre espaço para a narrativa transmídia no jornalismo.

A televisão está inserida nesse contexto. Sendo um dos instrumentos de modificação ao veicular normas e valores, ela faz parte do tecido social, agindo, também, como local onde existe a circulação de diferentes vozes, confronto de ideias e constituição de novas imagens. Hoje, como já comentado, ela possui uma reorientação que se desenvolveu com o processo de digitalização. Entre eles, estão os desdobramentos oferecidos pelos programas televisivos por meio da rede, com complemento de informações e espaço para interação da audiência ou mesmo a possibilidade de assistir as atrações posteriormente a sua veiculação na grade de programação, como aponta França (2009).

A autora reforça que não há uma concorrência entre as mídias, mas um diálogo intenso que resulta muita mais em reforço de todos os meios do que no enfraquecimento de algum. Ela lembra da antiga relação entre televisão e revistas especializadas que se dedicam aos programas e artistas do meio eletrônico, alimentando o interesse do público, mas simultaneamente, promovendo essas atrações, ampliando a audiência (FRANÇA, 2009).

Essas novas formas de consumo abrangem o telejornalismo. Cirne e Abreu e Lima (2015) destacam que essas mudanças também alteram, além da leitura, o modo de produção e materialidades, não existindo mais uma unidade de sentido acabado que anteriormente era demarcada pelo programa televisivo, por meio do espaço temporal ligado a grade de programação. Além do tradicional caráter inacabado, atualmente os textos possuem sentidos mais abertos, possibilitando articulações de conteúdos com outras plataformas.

Para Moloney (2011), o principal desafio é conhecer as mídias disponíveis e saber como podem ser utilizadas. Cirne e Abreu e Lima (2015) atentam para o fato de que é necessário identificar os novos hábitos e comportamentos do público, não apenas para mantê-lo, mas também para buscar o seu engajamento. Para isso, é preciso a compreensão dos modos de funcionamentos das formas que surgem, junto com a identificação das suas estruturas organizacionais.

Fechine (2013), com o objetivo de identificar essas novas características, apresenta alguns mecanismos de propagação e expansão para a construção de um formato televisivo. A ideia é possibilitar a construção dessas relações com o público e

demais plataformas. O primeiro seria o da antecipação, que consiste na utilização de outras mídias com o interesse estimular o interesse do público em uma narrativa.

Outro seria o da recuperação, quando os conteúdos podem ser resgatados pelo público. Eles tanto podem ser o próprio material já exibido, como também informações complementares ou outras matérias que possam colaborar na construção da leitura do conteúdo. Também devem ser consideradas as remixagens, quando o que se encontra é o resultado de uma apropriação do público e ressignificação dos conteúdos já exibidos.

Desse modo, mesmo que a produção transmidiática ainda não seja adotada com frequência no jornalismo, o atual cenário midiático une as condições necessárias para o seu desenvolvimento. No caso específico do Brasil, a estrutura dos grupos de comunicação oportuniza a aplicação do formato, onde a televisão aponta como um importante ator na construção desses múltiplos textos, considerando sua penetração e influência, sendo a principal mídia do país.

Assim, quando recuperamos a proposta de Renó (2011) de uma estrutura rizomática, que em sua essência significa a não hierarquização dos meios, é preciso ressaltar que, mesmo assim, torna-se necessário determinar um ponto de partida. Apesar de um número considerável de pesquisadores identificarem a transmídia como uma narrativa essencialmente digital, este trabalho adota a ótica do ecossistema midiático, onde todos os meios devem ser considerados.

Ao trazermos a análise para o Brasil, necessitamos, primeiramente, considerar a estrutura midiática do país e a penetração de cada um dos meios. Como demonstrando no final do capítulo anterior, é da televisão o papel de principal ator no contexto comunicacional ao estar em quase a totalidade das residências do país.

Mesmo que a internet seja cada vez mais acessada, tendo uma expansão gradativa e constante, atingindo em 2016, conforme o IBGE, 63,3% de suas residências conectadas à rede internacional de computadores⁹, a televisão não apresenta movimento contrário, sendo a mídia mais disponível à população brasileira. Assim, não é possível descartar o papel do meio televisivo dentro de uma estrutura midiática.

⁹ Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?&t=o-que-e>. Acessado em 12/12/2017

A Pesquisa Brasileira de Mídia aponta que 77% da população afirma assistir televisão todos os dias da semana, sendo que o 56% dedicam mais de duas horas durante a semana e 61% nos finais de semana. O mesmo levantamento mostra que 63% dos brasileiros consideram a televisão como o principal meio de informação sobre os acontecimentos do país¹⁰.

Ao avaliar esse cenário, apresentamos uma proposta de estruturação de uma narrativa jornalística transmidiática, tendo a televisão como mídia responsável pela introdução do conteúdo estruturado no formato. É preciso ressaltar que não se está determinando uma arquitetura fixa, mas uma das inúmeras formas que podem ser consideradas, conforme as informações e material disponíveis, além do público alvo e condições de produção existentes. A proposição é baseada na organização dos principais grupos de comunicação do país que contam com emissoras de televisão, rádio, publicações impressas, além de *sites* e portais de conteúdo.

Em nossa proposta, consideramos a penetração do meio televisivo e sua potencialidade de ter uma função atrativa, funcionando como uma espécie de isca do conteúdo transmidiático para o público. Ao chamar a atenção para o material, a televisão teria a missão de indicar que o conteúdo pode ser ampliado em outros meios. A disponibilização do conteúdo, a partir de então, poderia se dar de forma simultânea nas demais mídias ou de forma gradativa em cada uma, conforme a proposta. O que se teria, então, seria uma exibição massiva do primeiro conteúdo, como forma de apresentação da narrativa, informando à audiência que a história tem continuidade.

Esse potencial de transmitir simultaneamente e de forma massiva o conteúdo, se bem explorado, irá criar o interesse no público em saber mais daquele assunto. Ao se unir esse fator ao estímulo da utilização da segunda tela, em especial, a *Social TV*, irá se iniciar o processo de engajamento, com o compartilhamento de comentários nas redes sociais em um primeiro momento, e posteriormente do próprio conteúdo. Cria-se, então, um processo de mudança da informação do que se está assistindo para um novo, onde se disponibiliza para que outros consumam também.

Esse material televisivo dará início ao processo transmidiático ao informar que a história irá se expandir em outras plataformas, comunicando, preferencialmente, em quais. Inicia-se aí a intertextualidade, com a disponibilização do conteúdo em diferentes mídias, onde cada uma é independente, mas, simultaneamente, compõe o

¹⁰ Disponível em <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>. Acessado em 09/06/2018

todo. Essas matérias devem explorar ao máximo a característica de cada meio para garantir ao usuário o aprofundamento necessário e essencial para esse tipo de narrativa.

Todo material disponibilizado, independente do meio utilizado para isso, deverá, posteriormente a primeira veiculação, ser disponibilizado em um ambiente único, como uma biblioteca, sendo armazenado em o ambiente digital. Esta local pode ser um endereço na *World Wide Web* ou aplicativo para *smartphone* ou *tablet*, como exemplo. Nessa concentração do material aconteceriam os processos mais amplos de contextualização, recuperando o conteúdo fora do fluxo de informação comum das mídias tradicionais, unificando-o com o conteúdo digital produzido.

Nesse mesmo ambiente digital, seriam disponibilizados os *hyperlinks* permitindo a conexão entre as diferentes reportagens e desenvolvendo o princípio da expansibilidade, permitindo o aprofundamento do usuário conforme seu interesse. É a partir do hipertexto que também ocorre a verificação das informações por meio dos vínculos que ligarão aos documentos, informações base e fontes, aferindo o conteúdo e dando credibilidade ao material, que é o principal capital do jornalismo.

Por parte dos usuários, ao se ter todo o conteúdo disponibilizado em um único ambiente acaba por permitir e facilitar o processo de engajamento. Se a Segunda Tela, e, em especial, a *Social TV* iniciam a participação da audiência, ela é ampliada ao ter todo material disponibilizado. É onde ocorrerá o processo de compartilhamento, e especialmente, da remixagens que, ao ser distribuído em suas próprias redes sociais irá ampliar o público atingido e aumentar o interesse na narrativa desenvolvida.

É necessário ressaltar que esta é apenas uma proposta possível de aplicação da narrativa transmídia no jornalismo. Ela foi construída considerando o cenário midiático brasileiro e mesmo no país pode ter inúmeras possibilidades. O objetivo dessa elaboração é de tentar comprovar a viabilidade de um conteúdo transmidiático na atividade jornalística. A partir dessa proposta, este trabalho pretende analisar a produção atual brasileira para identificar as possibilidades da transmidialidade na imprensa do país. O desafio é identificar não apenas possibilidades, mas também quais características transmidiáticas já são aplicadas nos conteúdos produzidos no Brasil e a participação da televisão nesse material.

4. Elementos da transmidialidade no jornalismo

Mesmo considerando não haver uma proposta concreta da aplicação da transmidialidade no jornalismo brasileiro, esta pesquisa parte do princípio de que seja possível identificar elementos do formato em conteúdos produzidos no país. Assim, o que se pretende com o estudo não é a simples afirmação de que um material pode ser classificado ou não como uma narrativa transmídia, mas de apontar as características existentes. Nosso interesse é demonstrar que para a implantação não é necessária uma reformulação total, mas adequações ao que já vem sendo feito, desde que haja uma mudança de mentalidade na produção do material.

Partindo desse princípio, o trabalho analisa reportagens em busca de características que permitam a identificação desses elementos transmidiáticos. É preciso ressaltar que não há necessidade de que o conteúdo selecionado tenha a narrativa transmídia como proposta inicial. No processo de escolha do material que compõe o *corpus* da pesquisa foram definidos critérios que possibilitam a identificação das propriedades do respectivo formato.

O primeiro ponto definidor do material a ser analisado considera a penetração dos meios. Por ter maior presença nas residências do país, a existência de conteúdo televisivo torna-se fundamental na seleção do material. Também influencia no processo de escolha a disponibilidade de material em mais de uma plataforma para aferir a existência da intertextualidade. Além da existência de conteúdo na internet, que é o ambiente onde se desenvolvem as características de hipertextualidade, interatividade e o engajamento que tem seu potencial ampliado.

Ainda sobre o processo de seleção do material de pesquisa, é preciso considerar a grande extensão territorial do Brasil e o volume de conteúdo jornalístico produzido diariamente no país. Desse modo, optou-se por se restringir o material coletado a aquele publicado no Rio Grande do Sul. O estado possui importantes empresas regionais de comunicação, o que permite realizar a análise levando em conta todos os elementos que constroem uma narrativa transmídia. Ao ponderar sobre os fatores apresentados para a definição do material de composição do *corpus*, optou-se pela escolha de reportagens realizadas pela Rede Brasil Sul (RBS).

A RBS é um grupo de comunicação brasileiro com sede em Porto Alegre, Rio Grande do Sul¹¹. Até o ano de 2016 também esteve presente em Santa Catarina, mas

¹¹ Disponível em <http://www.gruporbs.com.br/nossa-historia/>

restringiu sua atuação ao extremo sul do país após venda das empresas do estado catarinense para o grupo NSC. Em 2017, a RBS completou 60 anos e atualmente é composta por doze emissoras de televisão (RBS TV em Bagé, Caxias do Sul, Cruz Alta, Erechim, Passo Fundo, Pelotas, Porto Alegre, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, Santa Rosa e Uruguaiana), três jornais impressos (Zero Hora, Diário Gaúcho e Pioneiro), cinco emissoras de rádio (Gaúcha, Atlântida, Farroupilha, 102.3 e CBN), duas marcas multiplataforma (Revista Donna e Destemperados). Além disso, todos os veículos do grupo possuem *site*¹² hospedados em um portal de conteúdo (ClicRBS).

Dada a grande estrutura que compõe o Grupo RBS, com volumosa produção de conteúdo em diversos meios, foi necessária a busca por materiais que trouxessem algum tipo de uniformidade entre as mídias. Ao realizar um levantamento prévio, identificamos que a produção realizada pelo Grupo de Investigação (GDI) se mostra como um objeto que apresenta as características necessárias para a análise.

Com criação anunciada em 2 de dezembro de 2016, o GDI foi descrito como um núcleo integrado de jornal, rádio e TV que atua na apuração de denúncias que impactam a vida do cidadão. É formado por dez profissionais, sendo um editor e nove repórteres, com experiência em investigação, tendo habilidades diferentes, conforme divulgação da empresa. A proposta surge a partir do filme *Spotlight – Segredos Revelados*¹³, que relata o trabalho do *Spotlight*, equipe de reportagens especiais do jornal *Boston Globe*, dos EUA¹⁴, durante as investigações de casos de abuso sexual e pedofilia por integrantes da igreja católica de *Boston*.

Para o desenvolvimento deste trabalho, em um primeiro momento, serão identificadas todas as matérias realizadas pelo GDI em um período específico. A partir da coleta, o procedimento será o de identificar a existência de elementos que compõe a transmidialidade no conteúdo analisado, buscando, assim, compreender quais as condições necessárias para a aplicação dessa narrativa.

Considerando esses fatores, entende-se que, para a execução deste estudo, a utilização da Análise de Conteúdo seja o mais indicado. A metodologia é amplamente aplicada na área da comunicação com excelente histórico de resultados. Sua

¹² Disponível em <http://www.gruporbs.com.br/areas-de-atuacao/>

¹³ Título original “Spotligh” (2015). Direção Tom McCarthy. Vencedor do Oscar de 2016 como melhor filme.

¹⁴ Disponível em <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/gdi/noticia/2016/12/rbs-lanca-grupo-de-investigacao-8573996.html>

longevidade e escolha sistemática como procedimento adotado estão ligados diretamente a capacidade de adaptação e flexibilidade ao objeto estudado.

Desde sua presença nos primeiros trabalhos de *communication research* às recentes pesquisas sobre novas tecnologias, passando pelos estudos culturais e de recepção, esse método tem demonstrado grande capacidade de adaptação aos desafios emergentes da comunicação e de outros campos do conhecimento (FONSECA JÚNIOR, 2012, p.280).

Bardin (1977) ressalta que já no século XVII, há registros de um trabalho que pode ser identificado como proveniente do procedimento metodológico da Análise de Conteúdo. Em 1640, foi realizado um levantamento na Suécia que se refere a um estudo sobre a autenticidade de hinos religiosos e seus efeitos sobre seguidores da religião luterana.

O cunho científico ao procedimento de Análise de Conteúdo ganhou relevância, especialmente na primeira metade do século XX, principalmente nos EUA, com a utilização e categorização de materiais comunicacionais (RICHARDSON, 1999). Um dos primeiros trabalhos relacionados ao tema foi o do pesquisador Harold Lasswell, que em 1927 publicou o estudo *Propaganda Techniques in World War*, utilizando a categorização de propagandas para analisar os efeitos no receptor. Nas décadas seguintes, o procedimento de Análise de Conteúdo foi utilizado com mais frequência, aplicando o conceito a levantamentos em jornais e revistas. No período entre as décadas de 1940 e 1960, estudiosos como Berelson e Paul Lazarsfeld desenvolveram um primeiro conceito, sistematizando as características da metodologia de pesquisa.

Apesar de ter um longo período de aplicação em pesquisa comunicacional, foi somente nos anos de 1970, com Bardin, que a metodologia passou a ter a sistematização utilizada até o período atual.

"A Análise de Conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferir conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens." (BARDIN, 1977, p.31)

Para a pesquisadora, os métodos da Análise de Conteúdo têm por objetivo a ultrapassagem da incerteza, a busca por identificar se a compreensão da mensagem é partilhada por outros, generalizável; e o enriquecimento da leitura, por meio de descobertas e estruturas que demonstram o propósito das mensagens ou o esclarecimento e significações não compreendidas em um primeiro momento.

Ela defende que a Análise de Conteúdo deveria ser aplicável em todas as formas de comunicação, indiferente do seu suporte. A justificativa é que, para tal, ela possui duas funções que podem ou não serem dissociadas. A primeira seria heurística, onde a Análise de Conteúdo enriquece a tentativa exploratória. A segunda seria a administração de prova, partindo de hipóteses que servem de diretrizes utilizando o método de análise para sua confirmação ou não (BARDIN, 1977).

Nesta mesma linha, Krippendorff (1990) apresenta três características que seriam fundamentais à Análise de Conteúdo. A primeira é a orientação empírica, que possui característica exploratória, com vínculos a fenômenos reais e possui finalidade pré-definida. Em segundo temos as noções normais de conteúdos que são transcendidas e envolvem as ideias, canais, formas e sistemas das mensagens. E por último, o fato de ter metodologia própria possibilita que a investigação seja feita de forma programada permitindo a avaliação crítica com independência de resultados.

Bardin (1977) destaca que a Análise de Conteúdo se constitui de algumas regras de base. Ela precisa ser constantemente reinventada para ser adequada aos objetivos pretendidos. É um único instrumento com um leque de apetrechos, “uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações” (BARDIN, 1977, p.31). Conforme a complexidade ou instabilidade do código, maior será a necessidade de elaboração de novas técnicas pelo pesquisador. Também é preciso considerar que apesar de ser uma análise de significados, a Análise de Conteúdo também pode se utilizada de significantes, como uma análise de procedimentos.

Assim, a Análise de Conteúdo utiliza-se de certos preceitos que irão sedimentar sua aplicação ao *corpus*. Essas pequenas regras são estruturadas em etapas e servem como ponto de partida ao pesquisador para que ele vá construindo sua metodologia de forma que consiga atender seus objetivos propostos. A partir dessas características iremos construir uma metodologia para a identificação dos elementos de transmidialidade no material publicado pelo GDI.

4.1 Construção da metodologia utilizada

Mesmo que diversos autores tenham trabalhado no desenvolvimento da Análise de Conteúdo, é em Bardin (1977) que encontramos a formatação mais amplamente aplicada. Dentro da sua proposta, a pesquisa baseada na metodologia passa, obrigatoriamente, por cinco etapas que são a organização da análise, a codificação, a categorização a inferência e o tratamento informático.

A organização da análise é um período onde as intuições ainda estão fortemente presentes. É momento de estruturar as primeiras ideias para o desenvolvimento dos passos seguintes formando um plano de análise. Neste momento o pesquisador precisa considerar que o trabalho está dividido em três fases: pré-análise, exploração material e tratamento dos resultados obtidos e interpretação.

Fonseca Júnior (2012, p.290) destaca que “de todas as fases da Análise de Conteúdo, a pré-análise é considerada uma das mais importantes, por se configurar na própria organização da análise, que serve de alicerce para as fases seguintes”. É nela que acontece a escolha dos documentos que serão avaliados, a formulação dos objetivos e elaboração de indicadores.

O trabalho inicia com uma leitura flutuante que irá “estabelecer contato com os documentos a analisar e conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações” (BARDIN, 1977, p.96). Para Fonseca Júnior (2012), este momento é indicado, principalmente, para aqueles objetos pouco explorados onde a carência de técnicas a utilizar e até mesmo a problemática de base são presentes. Essa primeira manipulação gera a aproximação entre o pesquisador e o objeto.

Concluída a leitura flutuante, é feita a escolha dos documentos que irão formar o *corpus* da pesquisa. Para isso, Bardin (1977) indica três regras como as principais: exaustividade, é preciso ter todos os elementos formadores do *corpus*; não-seletividade, ao se determinar os documentos que serão analisados, não se deve abrir mão de nenhum; e representatividade, a amostra deve ser, efetivamente, representativa do universo inicial. Ainda em relação a seleção da documentação é preciso considerar a homogeneidade e a pertinência do material a ser estudado.

O tipo de pesquisa está relacionado a constituição do *corpus*. No caso de um grande volume de material a ser analisado, o indicado é optar por um estudo quantitativo, utilizando procedimentos estatísticos que oferece uma visão de conjunto. Se a intenção é de aprofundamento, o recomendado é escolher o modelo qualitativo,

com o conhecimento que se perderá em abrangência em consequência de um menor número de documentos pesquisados.

Ainda na organização da análise acontece a formulação das hipóteses e dos objetivos. Para Bardin (1977) não há a obrigatoriedade da hipótese na pré-análise. “Algumas análises efetuam-se ‘às cegas’ e sem ideias pré-concebidas” (BARDIN, 1977, p. 98). Também torna-se necessário fazer a referenciação dos índices e a elaboração dos indicadores. É recomendado realizar testes na documentação para garantir a eficácia e pertinência dos indicadores. Ela chama a atenção para a importância dessa fase na condução da pesquisa. “Se as diferentes operações da pré-análise foram convenientemente concluídas, a fase de análise propriamente dita não é mais do que a administração sistemática das decisões tomadas” (BARDIN, 1977, p. 101).

Após o período de organização da análise, inicia-se o processo de codificação que consiste na transformação dos dados brutos. Esta é a fase que acontece a ligação entre o material selecionado e a teoria aplicada pelo pesquisador. A partir de regras estabelecidas de enumeração, agregação e classificação se terá uma representação do conteúdo. O processo inicia com a escolha das unidades de registro e escolha. É possível encontrar três índices nas pesquisas de comunicação, conforme aponta Krippendorff (1990): a frequência com que símbolo, ideia ou tema aparece, o equilíbrio nos atributos favoráveis e desfavoráveis de um símbolo, ideia ou tema e as associações ou classificações sobre um símbolo, ideia ou tema.

Ao abordar a categorização, cabe destacar que Bardin (1977) não a considera uma etapa obrigatória a toda Análise de Conteúdo, entretanto, a maioria dos procedimentos se organiza em torno desse processo. Fonseca Júnior (2012) a classifica como uma redução de conjuntos por meio de uma classificação e reagrupamento das unidades de registro. Bardin (1977, p. 117) define as categorias como “rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da Análise de Conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos”.

Sendo um processo estruturalista, a categorização divide-se em duas etapas: o inventário, onde os elementos são isolados, e a classificação, aplicando uma organização às mensagens. Quanto aos critérios de categorização, eles podem ser semânticos, sintáticos, léxicos e expressivos. Para que uma classificação seja

considerada boa ela precisa ter as seguintes características: exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade, fidelidade e produtividade (BARDIN, 1977).

A inferência trata dos aspectos implícitos das mensagens. Nesta etapa acontece um processo de dedução realizado pelo pesquisador. É a busca por evidenciar o que se encontra em um segundo plano das mensagens. Sua utilização serve para identificar as condições de produção. A Análise de Conteúdo tem como fundamento a articulação entre a superfície do texto e os fatores determinantes para suas características. Para isso, existem diversas formas de inferência que podem ser organizadas em dois grupos: inferências gerais, ligadas diretamente ao problema investigado e inferências específicas, quando a especificidade da situação do problema é extrapolada (FONSECA JÚNIOR, 2012).

O método apresentado neste trabalho vem sendo aplicado com sucesso ao longo do tempo nas pesquisas que optam por utilizar a Análise de Conteúdo. Entretanto, a sua eficiência não pode ser limitada apenas na utilização do processo exposto, é necessário que a técnica escolhida seja adequada ao objeto selecionado.

Há uma grande diversidade de técnicas aplicáveis à Análise de Conteúdo. Para esta pesquisa será considerada a Análise Categorical, a mais antiga e, também, mais utilizada. “Funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos” (BARDIN, 1977, p.153). É uma ferramenta indicada para aplicação em análises temáticas por ser considerada rápida e eficaz.

Para a identificação dos elementos da narrativa transmídia utilizando a Análise de Conteúdo, é preciso considerar dois pontos importantes. O primeiro é que a pesquisa irá partir da esquematização apresentada no capítulo anterior, tendo a televisão como ponto de partida de uma estratégia transmidiática. O segundo é que todo levantamento é feito a partir da ideia de um ecossistema midiático, o que faz com que sejam consideradas todas as plataformas e meios existentes. Mas, o ambiente digital terá especial atenção por ser o local que melhor possibilita algumas das características da transmidialidade, além de ser um repositório de todo conteúdo. Portanto, esses fatores serão explorados na análise do material produzido pelo GDI.

4.2 A Produção do GDI

Para a seleção do material analisado, foi realizado um levantamento da produção do GDI. A coleta levou em consideração o período de um ano a partir do lançamento do Grupo, ocorrida em dois de dezembro de 2016. Após a identificação desse material nas diferentes mídias em que a RBS atua, eles foram organizados conforme o tema das reportagens e escolhidas aquelas que tiveram divulgação em mais de um veículo. Nesse processo, a republicação das matérias eletrônicas ou impressas nos *sites* dos meios não foram consideradas como um novo conteúdo, nem mesmo as versões digitais para aplicativos para *smartphone* e *tablet*, valendo-se apenas da publicação original em cada plataforma. No total, foram catalogados 32 trabalhos com a assinatura do GDI entre os dias 2 de dezembro de 2016 e 2 de dezembro de 2017.

A seleção foi feita a partir da página da equipe na internet, servindo como referência para a identificação das reportagens. Após, a pesquisa se estendeu para os demais meios tendo as pautas como referência na busca. Os *sites* dos veículos serviram como material de estudo nessa ampliação. O critério para definir se o material pertencia ao GDI era a identificação do grupo por meio de assinatura ou citação no conteúdo. Matérias que tratam do mesmo assunto, mas não possuíam essas características não foram incluídas no levantamento.

Após o processo de identificação desse material, a etapa seguinte foi de organiza-lo por data de publicação. Para isso, foi considerada a primeira veiculação sobre o tema indiferente da mídia utilizada. Cabe ressaltar que o número apresentado não se trata do total de reportagens produzidas pelo GDI, mas daquelas que tiveram conteúdo veiculado em diferentes mídias. Esse destaque se faz importante pelo fato de, em alguns casos, veículos diferentes anunciam uma reportagem, sem necessariamente constituir em um material jornalístico.

Nesta primeira avaliação, é clara a opção da RBS em priorizar o jornal Zero Hora como veículo referência para o conteúdo do GDI. Do total de 32 reportagens, 28 (87,5%) foram publicadas primeiramente no impresso (Tabela 2). Essa preferência é confirmada ao verificar que a página na internet do Grupo De Investigação está, desde o seu início, disponibilizada dentro do *site* da Zero Hora.¹⁵

¹⁵ Disponível <https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/ultimas-noticias/>

Tabela 2 – Reportagens produzidas pelo GDI entre 02/12/2016 e 02/12/2017

Reportagens do GDI		
Data	Título	1ª Veiculação
05/12/2016	Perigo no Prato	Impresso
09/12/2016	Operação PhD	Impresso
13/01/2017	Neonazismo no Estado	Impresso
15/01/2017	Golpe milionário em São Francisco de Assis	Impresso
17/01/2017	Desmanches proibidos	Impresso
19/01/2017	Irregularidades em contratos da Fasc	Impresso
05/02/2017	Fraudes na CNH	TV
12/02/2017	Golpe no WhatsApp	TV
17/02/2017	CIA monitora Brasil	Impresso
02/03/2017	Facinepe, a faculdade de papel	Impresso
14/03/2017	Contrato para apoio político em Triunfo	Impresso
29/03/2017	Calotes no Badesul	Impresso
03/04/2017	BM usa viatura para atividades particulares	Impresso
07/04/2017	Caça-níquel em Porto Alegre	Impresso
09/04/2017	RS polo de carros roubados	TV
17/04/2017	Diárias para PMs em presídios	Impresso
02/05/2017	Fraudes em concursos	Impresso
09/05/2017	Por que Porto Alegre alaga	Impresso
15/05/2017	Supersalários na CGTEE	Impresso
19/05/2017	Fernando Collor, querido da América	Impresso
30/05/2017	Descontrole na Cootravipa	Impresso
03/06/2017	Conexão Facinepe/Medellín	Impresso
30/06/2017	Ascensão e queda do M.Grupo	Impresso
30/07/2017	Crime no Campo	TV
14/07/2017	Conflito de interesse no transporte público	Impresso
25/07/2017	Terceirização causa prejuízo ao Daer	Impresso
21/08/2017	Drogas em escola pública	Impresso
01/09/2017	Cartórios sob investigação	Impresso
21/09/2017	Buracos nas ruas	Impresso
06/10/2017	Indústria do jogo de azar no RS	Impresso
09/10/2017	Excesso de cargos na Assembleia	Impresso
28/11/2017	Dois mandatos sob investigação	Impresso

É preciso comentar sobre a estrutura dos *sites* da RBS. Cada um dos veículos possui ambiente próprio na rede, todos estão hospedados no portal ClicRBS. O portal não é responsável apenas pela reprodução do conteúdo das mídias do grupo gaúcho, mas também possui material próprio como reportagens, blogs e páginas temáticas. A exceção dessa estrutura fica com a RBS TV, que tem seu material disponibilizado no portal G1, da Rede Globo, porém, possui redirecionamentos a partir do ClicRBS.

Dentro dessa estrutura, no dia 21 de setembro de 2017, durante o período de coleta do material, houve uma mudança nos produtos digitais da RBS. O grupo lançou o GaúchaZH, que concentra os conteúdos do jornal Zero Hora e da rádio Gaúcha em um único ambiente. Em forma de *site* e aplicativo para *smartphones* e *tablets*, foi anunciado como a união da instantaneidade e interatividade da emissora com a profundidade e a análise do impresso, além de matérias exclusivas na plataforma.¹⁶

A RBS passou a divulgar que não se tratava apenas da concentração de materiais em um único ambiente, mas também uma maior integração entre as redações dos dois veículos. Apesar de anunciar esse formato, na prática o acesso aos conteúdos não é equivalente. No caso do jornal Zero Hora, as reportagens são apenas para assinantes, incluindo o conteúdo do GDI publicado no veículo impresso. Outro fator destoante do *site* está na ausência da ferramenta de busca, tradicionalmente disponível em outros endereços eletrônicos. Desse modo qualquer procura por reportagens é realizada por meio do portal ClicRBS ou por *sites* de busca na internet.

Assim, ao priorizar a mídia impressa, o GDI acaba por restringir o acesso ao seu primeiro material publicado. Mesmo que a Rádio Gaúcha divulgue o conteúdo, é no jornal que está o ponto de partida para o usuário. Esse processo, onde parte-se de um pequeno público para depois ampliá-lo, é inverso ao proposto neste trabalho, baseado no esquema rizomático de Renó (2012), de atingir o maior número de pessoas possíveis para estimulá-las a consumir o material produzido.

Ainda sobre o meio radiofônico, não foi encontrada nenhuma reportagem que o tenha como ponto de partida para as reportagens. A Rádio Gaúcha funciona como mídia de apoio para os conteúdos do GDI. Com frequência a emissora utiliza-se de chamadas para o conteúdo que será veiculado pelo jornal no dia anterior,

¹⁶ Disponível em <http://www.gruporbs.com.br/noticias/2017/09/19/grupo-rbs-lanca-novo-produto-digital-gauchazh-com/>

especialmente dentro do programa Correspondente Ipiranga. Na data da veiculação pelo Zero Hora, é comum apresentadores da rádio comentarem sobre as matérias do periódico, reforçando a imagem do GDI ser um produto Zero Hora.

Quanto à RBS TV, primeiro é preciso destacar que não se encontra material produzido para todas as reportagens do Grupo de Investigação. As matérias para a televisão estão presentes em 59% do conteúdo que leva a assinatura do GDI. Nesse material, percebe-se não haver uma padronização quanto a veiculação de conteúdo do GDI no canal televisivo. A programação da emissora possui três telejornais regulares: Bom Dia Rio Grande, Jornal do Almoço e RBS Notícias. Conforme o levantamento realizado, 26% das reportagens tiveram conteúdos nos três programas jornalísticos. O material veiculado no Jornal do Almoço e RBS Notícias também correspondem a 26% do total.

Já as matérias divulgadas apenas no Bom Dia Rio Grande e Jornal do Almoço atingiram 11%, mesmo índice alcançado pelos conteúdos veiculados nos telejornais Bom Dia Rio Grande e RBS Notícias. O Jornal do Almoço foi utilizado como único programa com conteúdo do GDI em 15% das reportagens, o mesmo aconteceu com o telejornal RBS Notícias, porém, com percentual de 11%. Não há registro de conteúdo veiculado unicamente no Bom Dia Rio Grande (Tabela 3).

Tabela 3 – Participação da Televisão nas reportagens do GDI

Telejornais	%
Bom Dia Rio Grande/Jornal do Almoço/RBS Notícias	26%
Bom Dia Rio Grande/Jornal do Almoço	11%
Bom Dia Rio Grande/RBS Notícias	11%
Jornal do Almoço/RBS Notícias	26%
Bom Dia Rio Grande	0%
Jornal do Almoço	15%
RBS Notícias	11%
Total	100%

Ao considerarmos apenas as reportagens que possuem conteúdo televisivo, é possível perceber que a priorização do meio impresso permanece. A exceção aconteceu em quatro reportagens (21,05%) produzidas pelo GDI ao longo de um ano. Nesses casos, a estrutura apresentada foi a mesma, tendo a televisão como ponto de partida. Essa mudança na forma de divulgação aconteceu pelo fato do GDI ter produzido conteúdos de relevância nacional. Assim, por meio da relação entre RBS e

Rede Globo, a primeira matéria das reportagens *Fraudes na CNH*, *Golpe no WhatsApp*, *RS Polo de Carros Roubados* e *Crime no Campo* foram veiculadas, inicialmente, no programa Fantástico, da emissora nacional.

Mas a mudança não está apenas na alteração da mídia de lançamento. Quando o veículo escolhido para a primeira publicação é o jornal Zero Hora, todos os materiais das demais plataformas são divulgados após seis horas da manhã do dia em que a matéria é posta em circulação, incluindo o *site* do impresso. Já se a primeira veiculação é na televisão, imediatamente após o término do programa, o material já é disponibilizado na internet, incluindo o *site* do jornal, antecipando a edição impressa do dia posterior.

Considerando a proposta de estruturação apresentada neste estudo, optamos por uma análise mais aprofundada das quatro reportagens que tiveram sua primeira veiculação por meio da televisão. Acreditamos que por meio delas será possível identificar quais elementos de uma narrativa transmídia estão presentes no material produzido pelo GDI. A etapa seguinte está na análise individual de cada uma das reportagens por meio do procedimento de categorização.

4.3 Análise das reportagens do GDI

Ao se objetivar classificar um determinado conteúdo como transmidiático, é necessário identificar os principais elementos que compõem esse tipo de narrativa. Assim, na busca por reconhecer essas características, reforçamos nossa posição de que a categorização se apresenta como a ferramenta mais indicada para o procedimento analítico.

Destacamos que a sistematização do procedimento e, posteriormente, a fragmentação do objeto estudado a partir de categorias, facilitam o trabalho de identificação de linhas de inferência, dando ao examinador a capacidade de utilizar os dados coletados para auxiliar no reforço ou refutação de uma determinada hipótese.

Entre as vantagens identificadas na pesquisa, salienta-se que a Análise de Conteúdo permite a generalização por meio da representatividade das informações coletadas, garantindo assim a possibilidade de inferências em diversos contextos. Cabe mencionar ainda que a metodologia respeita as especificidades de cada caso estudado. Outro ponto importante relacionado ao método consiste na possibilidade de medir relações entre causas e efeitos.

O processo sistemático a que o objeto de pesquisa é submetido na metodologia fornece características gerais, mas também particularidades sobre o conteúdo. Neste sentido, a Análise de Conteúdo dá uma gama de opções de trabalho, que podem ou não ser exploradas. No entanto, cabe salientar, que embora o método seja universal, é necessário adequar as características da pesquisa à metodologia, o que torna cada submissão de objeto aos procedimentos únicos.

Por ser de responsabilidade do examinador a hierarquização dos fragmentos do objeto de estudo analisado, é possível que os resultados sejam baseados em características pessoais adotadas pelo investigador. Contudo, torna-se necessário evidenciar, então, um item importante de qualquer pesquisa científica que ambicione obter uma análise mais precisa dos fatos, que é a capacidade de distanciamento e isenção do explorador do objeto a ser estudado.

Por conta desses fatores, vale complementar que a pesquisa que se utiliza dos mecanismos de Análise de Conteúdo é um interessante instrumento de exploração. A categorização dos objetos não é a única, mas uma importante fórmula de obter informações substanciais sobre um determinado *corpus* estudado. Para esta pesquisa, optou-se por realizar a categorização baseado nas propostas apresentadas para a construção da transmidialidade no jornalismo. Desse modo, a partir do conceito construído no levantamento teórico, os itens analisados serão:

Multimedialidade – Considera a existência de conteúdos em diferentes mídias que atuam de forma integrada, como propõe Canavilhas (2014). A multimedialidade não é exclusividade da transmidialidade. A ideia da utilização está presente em outras formas narrativas. Entretanto, ela é o ponto de partida para a construção de um material transmidiático. Desse modo, esta categoria é determinante na seleção do conteúdo a ser analisado, sendo considerada já no processo de pré-seleção do material pesquisado, como caráter eliminatório. Sendo assim, o material a ser avaliado, em sua totalidade, consiste em conteúdos multimidiáticos.

Intertextualidade – Esta categoria considera as conexões entre os textos de diferentes mídias. Aqui identifica-se existência da navegabilidade do conteúdo, uma das principais características da transmidialidade, defendida por Renó (2012). A análise irá avaliar, além da inter-relação do material, se cada texto é completo por si só. Estas relações entre textos autônomos garantem suas independências quando

analisados isoladamente. Ao mesmo tempo, quando somados aos demais conteúdos, eles permitem uma leitura ampliada.

Continuidade – Considera os desdobramentos da narrativa nas diferentes plataformas, não se limitando a uma única reportagem por mídia. Jenkins (2008) apresenta essa categoria como fundamental e presente em todas as formas de transmidialidade. Canavilhas (2014) lembra que a realidade é contínua, diferente da periodicidade do jornalismo tradicional, mas que pode ser acompanhada pela transmidialidade. Assim, a aplicação desta categoria não consiste apenas em identificar a intertextualidade, mas também se existe a sequência dessas histórias em cada um dos meios como forma de caracterização de uma narrativa transmídia.

Expansibilidade – Procura identificar a oferta de opções de aprofundamento ao usuário por meio de material complementar e vínculos (*hyperlink*) que possibilitem imersão e construções independentes de leituras. Renó (2012) vê neste item um ponto de inovação jornalística. A expansibilidade se constitui em um grande desafio à prática da atividade, pois, é por meio das hiperligações que ocorre a não linearidade da leitura. É onde o profissional de comunicação perde a imposição de roteiros pré-estipulados de leitura e oferece ao usuário caminhos que cabe a ele a escolha de seguir ou não. Este, talvez, seja um dos grandes pontos de resistência de muitos comunicadores que veem o tradicional controle da informação e audiência ameaçados.

Interatividade – Avalia canais que possibilitem a participação do usuário. São considerados todos os espaços onde os conteúdos foram disponibilizados, objetivando a participação do leitor que colabora na construção da narração (SCOLARI, 2009). Para Renó (2012), é necessário atrair e envolver o usuário, garantindo a interpretação participativa. Dada a complexidade da aplicação do conceito de interatividade, neste trabalho usamos as proposições de Rhodes e Azbell (1985) e Sims (1997) sobre a mesma. Assim, consideramos como interatividade formas que possibilitem a participação do usuário na elaboração das informações, como, por exemplo, aplicação de questionários ou formulários, pesquisas de opinião ou *newsgames*.

Disponibilidade – Avalia a disponibilização de um sistema de arquivos que permite o acesso do usuário ao conteúdo produzido. Aqui são consideradas as características da Arquitetura da Informação, avaliando a estrutura organizacional desse conteúdo e as formas que o usuário tem de encontra-lo. Fachine (2013) dá especial destaque para esta característica e a possibilidade de criação de novas formas de relações com o público e mídias. Ao permitir que usuário recupere informações, acesse outros conteúdos veiculados em meios diferentes, cria-se as condições necessárias para a imersão. Disponibilizar o conteúdo de uma forma organizada e acessível, faz com que o usuário deixe de estar preso apenas às grades de programações em um sistema de fluxo e passe a se relacionar com os conteúdos, permitindo uma real experiência transmidiática.

Propagabilidade – Procura identificar ferramentas que possibilitem a propagação, pelos usuários, do conteúdo produzido. Jenkins (2014) ressalta que mesmo não sendo obrigatória, é nesta característica que ocorre, de forma mais efetiva, o envolvimento do público. Essa propagação do material parte da disponibilização e estímulo das redes sociais por meio dos usuários. O compartilhamento do conteúdo amplia a circulação do material que pode gerar um aumento na audiência dentro de um circuito crescente.

Apresentada as categorias, o passo seguinte está na avaliação do conteúdo selecionado, buscando identificar de que forma esses elementos são apresentados no material produzido pelo GDI. Do conjunto de quatro reportagens, são consideradas todas as matérias publicadas que contenham a assinatura do Grupo de Investigação, da RBS. Os veículos avaliados são RBS TV, jornal Zero Hora, Rádio Gaúcha, além dos portais ClicRBS e G1.

A primeira reportagem avaliada é *Fraudes na CNH*, que trata de um esquema que transferia pontos de infração de trânsito para outras pessoas, sem autorização das mesmas. O objetivo era evitar a suspensão da habilitação para dirigir devido ao excesso de pontuação no registro de condutor. A primeira publicação aconteceu no programa fantástico, da Rede Globo, no dia 5 de fevereiro de 2017.

Golpe no WhatsApp é a segunda reportagem analisada. Ela iniciou com a veiculação no programa Fantástico de 12 de fevereiro de 2017. A cobertura fala de um grupo de falsários que atuava juntamente com funcionários de empresas de

telefoniam e clonavam as linhas para pedir dinheiro a familiares e amigos das vítimas. O esquema consistia em retirar do ar o telefone da pessoa para enviar mensagens pelo aplicativo de *smartphone* aos seus conhecidos solicitando transferências bancárias.

A terceira reportagem que compõe o corpus deste estudo é *RS Polo de Carros Roubados*. O conteúdo trata de uma quadrilha especializada em roubar veículos no Rio Grande do Sul e revender para todo Brasil. Com a primeira veiculação no dia 9 de abril de 2017, as matérias explicam como atuavam os bandidos, descrevendo a forma que aconteciam os roubos e como funcionava a comercialização dos carros em oito estados brasileiros.

A última reportagem avaliada é *Crime no Campo*, veiculado no programa Fantástico no dia 30 de julho de 2017. O conteúdo traz informações sobre o abigeato, um dos principais crimes que acontecem no interior do Rio Grande do Sul e em outros estados com grande produção pecuária. O enfoque principal está no grande número de ocorrências não solucionadas que acabam por estimular a prática criminosa.

TABELA 4 – Elementos da transmidialidade nas reportagens do GDI

Elementos da transmidialidade nas reportagens do GDI				
Categorias	Reportagens			
	Fraude CNH	Golpe no WhatsApp	Carros Roubados	Crime no Campo
Multimedialidade	Sim	Sim	Sim	Sim
Intertextualidade	Não	Não	Não	Não
Continuidade	Sim/TV	Não	Não	Sim/TV
Expansibilidade	Links internos	Links internos	Links internos	Links internos
Interatividade	Não	Não	Não	Não
Disponibilidade	Sim	Sim	Sim	Sim
Propagabilidade	Sim	Sim	Sim	Sim

De um modo geral, identifica-se um padrão em relação aos elementos que compõem uma narrativa transmidiática (Tabela 3). Não se encontram diferenças entre os conteúdos no que se refere a presença ou não dessas características. Entre as sete categorias avaliadas, apenas em relação à continuidade há uma divergência. As reportagens *Fraude na CNH* e *Crime no Campo* apresentam sequências em seus

conteúdos, diferentemente das demais, como será apresentado na continuidade deste trabalho, durante a exploração de cada uma das características elencadas.

Como o objetivo deste estudo não é a busca da afirmação de que o material produzido pelo GDI é ou não transmidiático, mas de analisar a relação dos elementos de construção da narrativa com as reportagens selecionadas, iremos agora avaliar cada um dos itens apresentados. Se dará, primeiramente um enfoque aos elementos de um modo geral para, posteriormente, examinar cada uma das reportagens.

4.3.1 Multimídia

Ao propor analisar a multimídia, é necessário esclarecer uma questão semântica que envolve a palavra. Em um primeiro momento, a expressão se popularizou com o crescimento do número dos computadores pessoais e o desenvolvimento do *CD-Rom* que, juntamente com caixas de som, microfones e *webcam* formavam os chamados *kit* multimídia.

Posteriormente, a evolução do hipertexto por meio da *World Wide Web* permitiu o surgimento de uma narrativa que unia em um mesmo conteúdo textos, fotos, vídeos e áudios. Este formato também foi batizado de multimídia e ganhou visibilidade com a ampliação do número de acessos à internet pelo mundo e o desenvolvimento do jornalismo digital, em especial o jornalismo *online*. Díaz Noci e Salaverría (2003, p. 120) a definem como “uma integração sincrônica e unitária de conteúdos expressados em diversos códigos, principalmente mediante textos, sons e imagens”.

Porém, para esta pesquisa, trabalhamos com outro conceito, diferente dos anteriores e direcionado ao uso das mídias. Consideramos que a multimídia não está relacionada a, apenas, um equipamento físico ou a concentração de diferentes formas textuais em um único conteúdo. A multimídia, considerada neste estudo, consiste na utilização de múltiplos meios para a veiculação de conteúdos. Assim, vamos ao encontro da visão de Torres e Amérigo (2003, p. 73) que conceituam multimídia como “suporte digital [que] permite falar mais de que um meio, mas da multimídia entendida como uma integração dos demais meios conhecidos: imprensa escrita, rádio, TV”.

É a partir desta visão que se inicia o processo de destaque da narrativa transmídia das demais, pois, ela está diretamente ligada a multimídia. Dentro dessa perspectiva, de que a essa forma narrativa é constituída de diferentes textos

que exploram ao máximo as características de cada meio, a disponibilidade de mídias aumenta as possibilidades de construções de conteúdos jornalísticos. Quanto mais plataformas disponíveis, maiores são as variações possíveis em reportagens, de uma forma geral, e transmidiática especificamente.

Podemos, assim, classificar a multimídia como o elemento inicial na construção de uma narrativa transmídia. É a partir dela que outras características irão se desenvolver, como a intertextualidade. Este seria o fator vantajoso para os grupos de comunicação. Ao possuir diferentes veículos em variadas mídias, o cenário apresenta condições diversas para relações multimídias, pois não se trata apenas de atuar em diferentes meios, mas, também é necessária uma aproximação entre eles.

No caso do Grupo RBS, percebe-se essa justaposição entre as mídias¹⁷. Imprensa, rádios e televisão costumam apresentar um alinhamento de conteúdo. Essas ações podem ser em forma de divulgação mútua de matérias, quando um anuncia coberturas de outro, ou ações em conjunto, quando os diferentes veículos abordam um mesmo assunto. Com a digitalização esse comportamento não foi alterado. A internet passou a ser uma ferramenta agregadora dos conteúdos das demais mídias por meio do portal ClicRBS.

De um modo geral, os veículos são caracterizados por redações que atuam de forma muito próximas com pautas em comum. O conteúdo do jornal Zero Hora orienta muitas das entrevistas e comentários da Rádio Gaúcha. As notícias veiculadas pela rádio acabam trabalhadas no periódico do dia seguinte. Esta relação maior entre rádio e impresso é comprovada pela unificação dos *sites* dos veículos, criando um único produto digital, o GaúchaZH.

A aproximação entre os conteúdos das mídias também acontece com a televisão, por meio dos telejornais da RBS TV. Mas, essa relação parece ser menos intensa. São duas as razões que justificam essa diferença. A primeira está no fato da emissora de TV ser afilhada a Rede Globo, o que cria uma situação diferente para o veículo. Esse comportamento é percebido no momento em que a publicação do conteúdo da RBS TV, quando transferido para a internet, é disponibilizada no portal G1, da Rede Globo. Além disso, a grade local depende da rede nacional, tendo a RBS tempos determinados para veiculação dos seus programas.

¹⁷ Disponível em <https://brazil.mom-rsf.org/br/proprietarios/empresas/detail/company//grupo-rbs-1/> Acesso em 30 de maio de 2018

Esses horários são ocupados, em sua maioria, por telejornais. Porém, diferente dos outros meios que possuem todo seu espaço dedicado à produção das redações da RBS, na televisão a redução do tempo para conteúdo local faz com que esse material passe por um diferente processo de seleção, considerando também a característica do veículo que tem na imagem um elemento essencial na produção de conteúdo.

O outro ponto de diferenciação está no fato de que a Rádio Gaúcha e jornal RBS serem estaduais, tendo seu material distribuído pelo Rio Grande do Sul sem uma regionalização das notícias. Já a RBS TV conta com doze emissoras no estado que também produzem conteúdos específicos para essas praças e que são veiculados em um bloco durante o telejornal Jornal do Almoço, oferecendo um material mais localizado.

Essa estrutura é mantida nas reportagens produzidas pelo GDI. Mesmo tendo uma forte identidade com o impresso, o que é reforçado ao ter essa mídia escolhida para ser a portadora da primeira publicação na maioria das reportagens, além de hospedar a página na *World Wide Web* do grupo, todas as demais também são utilizadas na veiculação dos conteúdos. O rádio se faz tão presente quanto o jornal, principalmente no papel de repercutir o conteúdo do impresso.

Já a presença do conteúdo televisivo apresenta uma estreita relação com dois pontos específicos dos materiais. O primeiro está na abrangência e tipo de informações. Reportagens com teor histórico, onde a presença de imagens é difícil ou inexistente, ou as mais relacionadas a cidade de Porto Alegre e Região Metropolitana não são exploradas. Já as de repercussão nacional passam a ter a televisão priorizada, sendo o meio de lançamento da reportagem no programa Fantástico. Isso demonstra a forte influência da Rede Globo sobre esse conteúdo, garantindo a prioridade e alterando a estrutura normal de distribuição do material.

É possível, portanto, afirmar que as reportagens do GDI possuem características multimidiáticas conforme o entendimento desta pesquisa, indiferente da forma como o conteúdo é divulgado. O tratamento dado é de priorizar as mídias tradicionais, tendo a internet o papel de repositório desse conteúdo, sem apresentar material produzido especificamente para o ambiente digital.

4.3.2 Intertextualidade

A maioria dos elementos apresentados nesta pesquisa, como características da transmidialidade, também são encontrados em outras formas de narrativas. O grande diferencial da transmídia está na intertextualidade. A construção de uma leitura entre textos distribuídos em diferentes mídias é responsável pela criação de uma experiência inovadora para o público, que foi potencializada com o desenvolvimento dos ambientes digitais.

Mas, o conceito de intertextualidade não surgiu em meio aos *bits* contemporâneos. Um dos primeiros a abordar o tema foi Bakhtin (2003) ao afirmar que um texto é formado por tonalidades dialógicas que expressam as vivências humanas e representam a visão de mundo de um sujeito. O autor destaca que um discurso é, efetivamente, constituído perante o outro, não a si mesmo, pois nunca está completo, havendo brechas a serem preenchidas.

Posteriormente, Kristeva (1967) passa a denominar intertextualidade o que Bakhtin batizou de dialogismo. Conforme a visão da autora, é necessário que o leitor reconheça a presença de outro texto ou fragmentos anteriores do mesmo estabelecendo relações com o que é lido para a existência da intertextualidade. Koch (2008) procura aprofundar essa definição afirmando que a intertextualidade se constrói a partir da relação de um texto com outros já existentes. Eles podem conter variadas formas e características como forma de criação de sentidos.

Assim, a intertextualidade acontece quando um conjunto de textos em diferentes mídias se inter-relaciona. É nessa construção que ocorre a navegabilidade pelo conteúdo, que Renó (2012) considera de fundamental importância na transmidialidade. Assim, cada matéria foi avaliada individualmente em um primeiro momento, com o objetivo de identificar a independência do material. Posteriormente, o grupo de matérias foi considerado em conjunto, a fim de aferir se há ligações entre os textos.

A forma de distribuição das quatro reportagens avaliadas é semelhante. A primeira publicação acontece no Fantástico, da Rede Globo. Ao término da atração, o conteúdo é veiculado no *site* do programa. Praticamente de forma simultânea, os outros endereços do portal G1 disponibilizam seus materiais. O mesmo acontece com o GaúchaZH, com a matéria do jornal Zero Hora que sairá na edição impressa do dia seguinte. Uma diferença das outras reportagens, quando o material só é divulgado após a circulação do jornal. Na segunda-feira são veiculados os vídeos reeditados

para o Rio grande do Sul nos telejornais Bom Dia Rio Grande, Jornal do Almoço e RBS Notícias. Na rádio Gaúcha acontecem os comentários dos comunicadores e eventuais entrevistas.

Ao avaliar individualmente as matérias selecionadas, percebe-se que elas possuem uma estrutura completa. Os conteúdos contam com contextualização, apresentação de dados, fontes oficiais e casos de exemplo. Não existe a necessidade de consumir outro material para compreensão das informações. Também não há muitas referências aos conteúdos nas demais mídias. O comportamento padrão é informar que se trata de uma reportagem do GDI veiculada no programa Fantástico.

Na segunda etapa do levantamento, as matérias foram organizadas conforme as pautas. Desse modo foi possível comparar as informações contidas em cada grupo para identificar se os textos são diferentes, ampliando o conteúdo e garantindo assim a intertextualidade. O processo considera se os dados utilizados, casos de exemplo e fontes são as mesmas ou diferem em cada uma das notícias.

Quando reunidas, o que se percebe é a repetição das informações nas matérias das diferentes mídias. A opção feita pelo GDI é o da adequação do conteúdo às características de cada meio. Não se trata apenas de utilizar a mesma base de dados para a produção de notícias para jornal, rádio, televisão e internet, mas da manutenção das fontes e casos de exemplos.

No portal G1 esse comportamento é mais perceptível. Nele existem três ambientes diferentes, são os *sites* do Fantástico, dos telejornais da RBS TV e Rio Grande do Sul. Em todos, os textos são praticamente os mesmos, com algumas mudanças nos títulos, linhas de apoio ou *leads* e a incorporação do vídeo veiculado na televisão, acontecendo apenas uma mudança de *template* da página (Figura 2). De um modo geral, o conteúdo textual da internet é muito próximo ao do impresso. Até mesmo as fotos utilizadas na ilustração das matérias na versão digital ou impressa são um *frame* do vídeo veiculado na televisão e transposto para a internet.

Eventualmente, a rádio realiza alguma entrevista de detalhamento de um ponto específico da reportagem. Entretanto, isso se dá após a recuperação do conteúdo já divulgado, não existem matérias produzidas especificamente para o meio radiofônico. No dia posterior a veiculação no Fantástico, a atividade dos comunicadores da rádio é, basicamente, comentar o conteúdo já apresentado.

Figura 2 – Reportagem Fraude na CNH

MENU CAPA GZH GRUPO DE INVESTIGAÇÃO OLÁ, FEDERAÇÃO

AMEAÇA NO TRÂNSITO

Fraudes retiram pontos da carteira de motoristas infratores

Golpes envolvendo condutores e despachantes com o objetivo de impedir suspensão da permissão para dirigir são apurados pelo Detran

05/02/2017 - 23h11min Atualizado em 05/02/2017 - 12h02min

GIOVANI GAZOTTI



Homem flagrado pela reportagem diz cobrar R\$ 20 por ponto para fazer a transferência

Esquemas para evitar que motoristas infratores tenham a carteira nacional de habilitação (CNH) suspensa por excesso de pontos colocam em alerta autoridades do trânsito e polícia. Reveladas pelo programa Fantástico deste domingo, em reportagem produzida pela RBS TV, as fraudes envolvem desde condutores que cobram para assumir multas até despachantes que lucram com operação.

O número de casos triplicou em sete anos. Só em 2016, o Departamento Estadual de Trânsito (Detran) do Rio Grande do Sul descobriu 231 suspeitas de fraude nas chamadas apresentações de condutores, mecanismo previsto em lei que garante ao dono de um veículo indicar às autoridades o condutor do carro no momento em que foi aplicada uma multa, caso não seja ele próprio.

ZIMMER É CARNE DAQUI PODE CONFIAR COM CERTEZA.

MAIS LIDAS

- Crênisso estuda ampliar espaço da Geral na Arena
- Empresário mata dupla em ambulância após ameaças a família, diz defesa
- O que muda na punição para motoristas bebidas a partir desta quinta-feira
- Entenda a doença de Simaria, da dupla setaneja com Simone
- Por unanimidade, TRF4 nega último recurso de Laila em 2ª instância

Publicidade

RECOMENDADOS

MENU G1 RIO GRANDE DO SUL rbs tv

05/02/2017 22h48 - Atualizado em 05/02/2017 08h38

Fraudadores transferem pontos da CNH de forma ilegal no RS

Esquema foi revelado no Fantástico em reportagem da RBS TV. Somente em 2016, Detran-RS descobriu 231 suspeitas da fraude.

Giovani Gizzotti Da RBS TV

FACEBOOK TWITTER G+ PINTEREST



Esquemas para evitar que motoristas infratores tenham a carteira de habilitação suspensa por excesso de pontos colocam em alerta autoridades do trânsito e polícia no Rio Grande do Sul. Reveladas pelo Fantástico neste domingo (5) em reportagem produzida pela RBS TV (veja no vídeo acima), as fraudes envolvem desde condutores que cobram para assumir multas até despachantes que lucram com a fraude.

O número de casos triplicou em sete anos, segundo o Detran-RS. Só em 2016, o departamento descobriu 231 suspeitas de fraude nas chamadas apresentações de condutores, mecanismo previsto em lei que garante ao dono de um veículo indicar às autoridades o motorista do carro no momento em que foi aplicada uma multa, caso não seja ele próprio.

A fraude

Quando um carro recebe uma multa, os pontos vão para o proprietário do veículo. Mas se o dono não estava dirigindo, ele pode informar ao Detran quem estava ao volante.

Na televisão, o comportamento se repete. O conteúdo do Fantástico apresenta, mesmo sendo uma produção feita pela equipe do Rio Grande do Sul, o assunto de forma nacional, com a inserção de dados de outros estados. No dia seguinte, os telejornais da RBS TV abordam apenas as informações locais, com o material reeditado. Esse conteúdo é basicamente o mesmo no Bom Dia Rio Grande, Jornal do Almoço e RBS Notícias, ocorrendo apenas a adaptação da cabeça da matéria ao programa, dentro das características da atração.

Nas reportagens Fraude na CNH e Crime no Campo, houve a ampliação do conteúdo nos telejornais. Mas, como se trata de um meio específico e não um conjunto de matérias em diferentes meios, não pode ser caracterizado como um conteúdo intertextual. O que fica evidente no material analisado é a opção de um conteúdo *crossmedia* no material produzido pelo Grupo de Investigação. O tratamento dado é o mesmo, partindo de uma matéria de televisão que é adaptada às outras mídias.

4.3.3 Continuidade

Apenas a utilização de múltiplas plataformas com textos independentes não garante, por si, a transmidialidade jornalística. É necessário que a narrativa apresente continuidade. As informações devem possuir desdobramentos que irão desenvolver a história e aumentar o interesse do público e conseqüentemente garantir o envolvimento com o conteúdo. Mas, não se trata apenas de fatiar uma história para ser contada de forma seriada.

Para Jenkins (2008) a continuidade deve compor qualquer forma de transmidialidade. Ele considera a característica como essencial para esse tipo de narrativa, existindo uma relação direta entre ela e a multiplicidade. É a partir dela que acontece a coerência da história. É quando o usuário cria o sentido de conhecimento de um universo de conteúdos e sua compreensão.

Esse universo é exemplificado por Jenkins (2008) utilizando os super-heróis Marvel e suas franquias. Souza (2011) transpôs essa visão para o jornalismo por meio de um conceito que associa a ligação entre as informações de uma matéria e a relação entre notícias que tratam de um mesmo tema. O primeiro está conexo diretamente à estrutura do texto, já o segundo depende da ligação entre eles. Se no hipertexto isso acontece por meio de *hyperlinks*, já na narrativa transmídia isso depende da conexão de diferentes textos em múltiplas plataformas. É nesse momento que ocorre a ligação entre os fragmentos da história, criando a compreensão ampliada da narrativa.

Esse pensamento vai ao encontro de Canavilhas (2014) que defende que, dada a sua característica contínua, a realidade acaba por se diferenciar da periodicidade do jornalismo tradicional. Ele encontra na transmidialidade as condições necessárias para acompanhar esse volume frequente de informações. As notícias em sequência, em mídias diversificadas com a exploração de suas qualidades permite, não apenas uma melhor contextualização, mas, a ampliação de visões e versões, garantindo um amplo cenário dos acontecimentos.

O Grupo RBS com frequência utiliza-se da prática da suíte jornalística. A metodologia de trabalho dos veículos da empresa é semelhante às demais redações tradicionais, cobrindo o factual e dando especial atenção aos acontecimentos de grande apelo popular, onde ocorre a sequência de matérias. Essa forma de atuação pode ser exemplificada no acompanhamento feito pelos veículos do grupo nos casos do incêndio da Boate Kiss, em Santa Maria, e no assassinato do menor Leandro Boldrini, em Três Passos, ambas cidades do interior do Rio Grande do Sul. Nos dois

casos, por um longo período as redações do Grupo RBS veicularam notícias sobre os acontecimentos e, mesmo com o passar do tempo, eventualmente atualizam informações sobre os casos.

Ao avaliar as reportagens do GDI em relação a este elemento específico, consideramos o conceito apresentado neste trabalho, onde a sequência de matérias deve se dar a partir da multiplicidade dos meios. Assim, nosso trabalho consiste na busca de conteúdos assinados pela equipe jornalística em relação a um determinado assunto para identificar se as reportagens produzidas pela equipe apresentam continuidade.

No grupo de reportagens analisadas foi percebido que a multimídia ocorre apenas nas primeiras publicações, onde acontece uma adaptação do conteúdo para cada um das mídias. Posteriormente, apenas no meio televisão percebemos a prática da suíte jornalística com matérias que levam a assinatura do GDI. É possível encontrar notícias sobre os assuntos nas outras mídias posteriormente a primeira publicação, entretanto, elas não são identificadas como produzidas pela equipe em estudo.

Outro detalhe, relacionado a continuidade do conteúdo, é que a sequência das matérias na televisão acontece no RBS Notícias, nos demais telejornais o procedimento é o mesmo das outras mídias, com apenas uma matéria. Isso foi percebido nas reportagens Fraude na CNH, RS Polo de Carros Roubados e Crime no Campo. No caso da reportagem Golpe no WhatsApp não há continuidade em nenhuma das mídias. Cabe ressaltar que foram localizados outros materiais sobre os referidos assuntos, em especial no portal G1, porém não há presença da assinatura do GDI ou qualquer outra identificação com a equipe de reportagem.

Considerando os dados avaliados, é reforçada a indicação de que as reportagens foram, inicialmente, planejadas para televisão. Para as demais mídias ocorreu uma adaptação desse conteúdo a partir do material veiculado no Fantástico. Como apenas um meio é priorizado para a sequência do material, não é permitido afirmar que exista a continuidade no material produzido pelo GDI.

4.3.4 Expansibilidade

Além de oferecer textos variados em plataformas múltiplas, uma narrativa transmídia também deve disponibilizar formas de expansão de leituras ao usuário. Indicar caminhos para documentos, perfis, *sítes* e demais conteúdos complementares

colabora na ampliação do contexto e formação do universo que envolve a notícia. Apesar de não ser a única forma, essa expansão encontra na internet seu melhor ambiente com a utilização do *hyperlink*.

O uso dos vínculos eletrônicos é essencial, pois são eles os responsáveis pelas conexões internas e externas de um documento, em especial na *World Wide Web*, que permitem o enriquecimento da leitura. Ao se publicar na internet é necessário reconhecer as suas características e explorá-las. No caso dos *hyperlinks*, eles são o centro da linguagem hipertextual, conforme Landow (1995), por acelerar processos de relações e a indicação de caminhos de aprofundamento de forma rápida.

Chartier (2002) lembra que o hipertexto transformou a relação com o conteúdo. Landow (1995) vê o *hyperlink* como uma ferramenta transformadora por ser o principal responsável pela não linearidade. Ao possuir ao menos um único vínculo eletrônico, qualquer texto se transforma em um centro passageiro, passando a ser um ponto de partida ou uma escala de centralidade momentânea. É na expansibilidade que Renó (2012) identifica um novo ponto para o jornalismo.

A utilização do *hyperlink* como mecanismo de expansão do conteúdo não pode ser pensado apenas para vínculos internos entre um texto e outro do próprio *site*. Mesmo que, ao criar a não linearidade, apresenta-se, em um primeiro momento, um desafio ao jornalismo tradicional, pois é quando o profissional de comunicação perde o poder de imposição de roteiros pré-determinados de leitura.

Por outro lado, são esses elos que colaboram para dar credibilidade à notícia. Além de oferecer a opção de aprofundamento das informações, os vínculos eletrônicos também são ferramentas de aferição ao direcionar a documentos que embasam os dados. Eles também podem atestar a legitimidade das fontes ao indicar suas referências por meio de perfis e demais formas que estejam disponibilizadas em ambientes digitais.

Entretanto, essas possibilidades de utilização do *hyperlink* são desconsideradas pelo GDI. Primeiramente por não haver um padrão na utilização dos vínculos no material produzido pela equipe de reportagem. Cada *site* possui um comportamento diferente para o uso do recurso. No caso dos telejornais da RBS, não há registro de elos que indiquem outros conteúdos, a estrutura consiste na disponibilização do material por edição, sendo a busca realizada por data. Não há indicação de material complementar ou de outras matérias que tenham relação direta com o assunto.

Ainda sobre os *sites* do portal G1, o comportamento se mantém. No endereço do Fantástico é encontrado apenas um texto de apoio para o vídeo, não existindo nenhum *hyperlink* para outros conteúdos internos ou externos. As páginas das matérias analisadas possuem apenas um quadro com vínculos para vídeos da última edição do programa, sem nenhuma relação com o conteúdo apresentado.

Já no *site* Rio Grande do Sul, do portal, o conteúdo é a união do texto do jornal Zero Hora com o vídeo do Fantástico. No corpo das matérias ocorre a existência de vínculos sem uma padronização. Nas reportagens Golpe na CNH e Crime no Campo, os elos estão em nomes de cidades ou estados mencionados direcionando para listas de matérias que também citam as localidades, mas sem relação direta com o conteúdo.

Na reportagem Golpe no WhatsApp, além das localidades mencionadas, no fim do texto há um quadro chamado Saiba Mais com direcionamento para uma matéria sobre cuidados na utilização do aplicativo. O endereço é de um *blog* do portal G1 sobre tecnologia, sem relação direta com o material anterior, nem indicativo de ser uma produção do GDI. Entretanto, pode ser considerado um exemplo de material com conteúdo expansível.

As matérias da reportagem RS Polo de Carros Roubados, publicado no *site* Rio Grande do Sul, do portal G1, tem um tratamento diferente na utilização do *hyperlink*. O texto traz, em seu corpo, vínculos para o *site* do programa Fantástico, além de conexões com outras matérias com relação direta com o tema abordado. Porém, a construção da reportagem também se deu de forma diferente. Enquanto as demais possuem caráter inédito, esta trata da continuidade da cobertura de uma operação da Polícia Civil gaúcha.

Em 31 de março de 2017 a RBS noticiou a prisão de uma quadrilha de roubos de carro. O material foi publicado em todos os veículos da empresa, porém, não possuía assinatura do GDI. No dia 9 de abril do mesmo ano, vai ao ar, no programa Fantástico, a matéria que mostra o esquema de comercialização dos veículos roubados por meio do aplicativo WhatsApp, agora como material do GDI. Mas, trata-se de um detalhamento das informações anteriores. Desse modo, a utilização dos vínculos eletrônicos ocorreu como forma de contextualização do conteúdo por não ser um material inédito, como as outras três reportagens.

Ao avaliar o *site* GauchaZH, não se percebe diferenciação na utilização dos vínculos eletrônicos. No caso do material do jornal Zero Hora, os *hyperlinks* existentes

são sempre direcionados para outras matérias que foram publicadas no impresso. Nas reportagens Golpe no WhatsApp e Fraude na CNH, o texto do impresso foi publicado uma única vez, já no caso de RS Polo de Carros Roubados e Crime no Campo o texto original foi dividido em pequenas matérias para publicação no *site*.

Essa diferença acaba por gerar uma pequena alteração na disponibilização dos *hyperlinks*. Nas matérias de textos únicos, os vínculos direcionam para conteúdos não relacionados diretamente ao tema específico da matéria, mas a assuntos correlacionados. Encontramos um exemplo no material da reportagem Fraude na CNH, onde as matérias relacionadas são “A cada cem abordados na Balada Segura, oito são multados sob efeito de álcool”, “Em sete anos, mortes em acidentes caíram quase um quarto no RS”, Mortes de trânsito no Rio Grande do Sul caem 23% em seis anos”, “Multa fica mais cara para quem for pego dirigindo alcoolizado” e “Índice de reprovação para CNH tipo B é de quase 70% em 2016 no RS”.

Nas reportagens de textos fragmentados, a prioridade está em conectar as partes do material. Os vínculos ligam um trecho ao outro do conteúdo publicado no jornal impresso. Com exceção da rádio Gaúcha, que liga seu conteúdo ao do jornal Zero Hora, todos os demais não possuem elos entre as publicações das diferentes mídias. O que se percebe na utilização do *hyperlink* nas reportagens do GDI, é a opção pela autorreferência. Em nenhuma matéria avaliada foram localizados vínculos para conteúdos externos que ofereçam a possibilidade de expansibilidade.

4.3.5 Interatividade

A transmidialidade não deve ser vista apenas como uma inovadora forma de noticiar. Ela também se apresenta como transformadora na relação do público com o conteúdo jornalístico. É preciso a consciência de que atualmente não se pensa mais em um público, mas em distintas audiências que irão construir diferentes relações com o material publicado. O que torna necessário considerar essas relações na composição do material que será veiculado.

Nessa nova realidade, a interatividade ganha terreno. A participação da audiência não surgiu com o desenvolvimento digital e, conseqüentemente, com a convergência midiática. A opinião da audiência sempre teve algum lugar nas mídias tradicionais por meio de cartas ou telefonemas. Mas, com o atual cenário é preciso pensar a interatividade a partir de uma relação homem-máquina. Nesse quadro

Rhodes e Azbell (1985), como já comentado, a dividem em três níveis: reativa, coativa e proativa.

Efetivamente, grande parte das características analisadas nesta pesquisa apresentam algum grau de interação do público com o conteúdo. Porém, disponibilizar *hyperlinks* ou espaços para comentários são ferramentas reativas, onde as ações são limitadas e pré-determinadas, não oferecendo maiores possibilidades aos usuários.

O presente trabalho considera, nesta categoria, as ferramentas interativas enquadradas nos níveis coativo – onde há algum controle de sequência, ritmo ou estilo das ações – e proativa – que permite o controle da estrutura, conteúdo das ações -, conforme as definições de Rhodes e Azbell (1985). Colaboram nessa definição Almeida e Zamith (2016) que entendem que a interatividade acontece em ambientes informáticos por meio de uma interface.

Assim, é preciso considerar a participação do usuário como colaborador na construção da narrativa (SCOLARI, 2009). O objetivo está em envolver o público para obter uma interpretação participativa (Renó, 2012). Isso vai além de disponibilizar espaços digitais para comentários ou publicação de opiniões. Inclui a oferta de meios de participação que colaboram na construção a reportagem, ou ferramentas que ofereçam aprofundamento no conteúdo por meio de ações. Essas formas podem ser questionários, elaboração de mapas ou o uso de realidade ampliada ou virtual, por exemplo.

No que se refere a categoria da interatividade, não se encontra uma preocupação em estimular a participação do público pelo GDI. O conteúdo da equipe é semelhante ao sistema *broadcasting*, numa relação um para muitos, num formato unilateral. Nos telejornais não há nenhum espaço para que o público colabore de alguma forma na construção da informação. Nem mesmo mensagens de telefone, e-mail ou redes sociais são apresentadas.

No *site* do programa Fantástico é disponibilizado um espaço para comentários sobre a matéria. Contudo, essa área tem um período determinado para que os usuários publiquem suas mensagens, sem nenhum tipo de interação por parte da Rede Globo ou Grupo RBS. O mesmo ocorre no *site* Rio Grande do Sul, do portal G1. Já nos *sites* dos telejornais da RBS, não existem áreas para algum tipo de participação nas páginas onde os vídeos são publicados. Também não é apresentada nenhuma outra forma de interatividade para o público.

Nas áreas em que as matérias da Rádio Gaúcha e jornal Zero Hora são publicadas também é disponibilizado espaço para comentários dos usuários e se mantém a postura de não haver participação da empresa neles. Aqui cabe um destaque. Enquanto os *sites* dos dois veículos eram separados, no do impresso existia uma área para envio de eventuais correções com a mensagem “Você encontrou algum erro neste conteúdo? Envie uma mensagem para nós. Após a checagem das informações, serão feitas as alterações que se mostrarem necessárias”. Mas, com a criação do GaúchaZH esse item foi eliminado.

Ao longo do material não se identificou outras formas de interatividade. A postura adotada pelo GDI é de não efetivar uma participação do usuário mantendo uma relação de distância com o público e controle de conteúdo. Cabe ressaltar que esse comportamento não é exclusivo do Grupo de Investigação, mas do Grupo RBS em todos seus veículos.

4.3.6 Disponibilidade

Ao planejar uma narrativa transmídia jornalística é preciso considerar um importante fator, o modo como será feito o acesso aos conteúdos já veiculados. As mídias tradicionais possuem um fluxo contínuo de informação. Impressos, rádio e televisão disponibilizam o conteúdo em um tempo determinado e dependem da atenção da audiência nesse período. Como não há uma hierarquização dos meios, a ordem do consumo do material é determinada pelo usuário. É preciso que esse material esteja disponível para que a leitura seja construída.

Novamente a digitalização se apresenta como um importante meio de otimizar essa tarefa. Os *sites* ou serviços de *streaming* são algumas das formas de disponibilizar o conteúdo já veiculado, criando novas formas de relações que foram destacadas por Fachine (2013). Por meio da disponibilidade do conteúdo, é possível que o usuário recupere informações e dados e construa roteiros que irão colaborar no processo de imersão da leitura.

Porém, é preciso a consciência que a disponibilidade deve ter o objetivo de colaborar na experiência transmidiática do usuário sob o risco de retroceder no jornalismo digital. A crítica de Mielniczuk (2004) era de que no início do jornalismo multimídia a sensação era de se ler um jornal impresso na tela do computador e que posteriormente houve apenas a inserção do material televisivo e radiofônico no

mesmo espaço sem muitas adequações. Repetir esse comportamento significa apenas adotar uma narrativa *crossmedia*.

Transpor o conteúdo das mídias tradicionais para a internet depende de estratégia. É preciso compreender que esse movimento faz parte de uma ação maior onde é possível melhorar a contextualização, explorar as relações com o passado com informações de fundo e listas de reportagens oferecendo variados roteiros de leitura, como explica Moherdau (2002). Esse resgate, possibilitado em ambientes digitais, colabora na relação das suítes de um acontecimento que se estenda por longo período sem a necessidade de que cada matéria resgate dados anteriores e possibilite ao usuário o acesso ao texto original (VIANA, 2001). A disponibilidade também depende da correta utilização do *hyperlink*. Mesmo com uma grande capacidade de armazenar dados e criar conexões, é necessária organização para que ocorra a construção da informação (MIELNICZUK, 2005).

Podemos afirmar, portanto, que a disponibilidade está presente no conteúdo produzido pelo GDI. Todo material distribuído nas mídias tradicionais foi disponibilizado em ambiente digital garantindo seu acesso pelos usuários mesmo após sua veiculação. Entretanto é necessário lembrar que essas matérias estão hospedadas em diferentes *sites*, sem vínculos entre eles, transformando-os em textos únicos e não compondo uma reportagem maior.

4.3.7 Propagabilidade

O último elemento avaliado está diretamente ligado a um novo comportamento do público. É preciso criar as condições para que a audiência abandone a situação de espectador para a de usuário. Além disso, ao possibilitar o engajamento tem-se no usuário um aliado na ampliação da audiência por meio da propagabilidade. Desse modo, na elaboração de uma narrativa transmídia é preciso considerar essa característica como fundamental na construção da relação com o público.

Se uma reportagem transmídia consiste em contar histórias por meio de diferentes mídias conectadas por um eixo narrativo, devemos pensar em agrupamento de audiência por relato, diferente do modelo *broadcasting* que centrava em uma mídia específica (SCOLARI, 2014). Desse modo, a transmidialidade é baseada na serialização, que também considera estratégias de comprometimento dos usuários (JENKINS ET AL, 2014). Se antes da digitalização o público já compartilhava

conteúdos por meio de telefones e cartas, como lembra Scolari (2014), o atual momento gera novas possibilidades.

Mesmo que Jenkins et al (2014) não considere o uso de redes sociais obrigatório, é nelas que ocorre o engajamento do público. Renó (2014) vê na transmídia a distinção de outras narrativas por poder se utilizar de todas as vantagens do atual ecossistema midiático, com destaque para as redes sociais e os dispositivos móveis. Nesse contexto, encontramos em Jenkins et al (2014) uma definição de propagabilidade. Os autores veem como uma ferramenta de potencial técnico e cultural de compartilhamento de conteúdos pelos usuários conforme seus interesses.

Ela ocorre por meio do engajamento que acontece em ambientes de mídias propagáveis e está relacionada à disposição do usuário em buscar conteúdos nos variados ambientes ofertados pela narrativa transmidiática. Como as audiências engajadas são mais propensas a comportamentos como recomendações, discussões, pesquisas e geração de novos materiais, acabam por potencializar a propagação do conteúdo (JENKINS ET AL, 2014).

No material disponibilizado na página do GDI, no *site* GauchaZH, encontramos a possibilidade de compartilhá-lo nas redes sociais. Junto a cada matéria existem ícones dos *sites* de relacionamento *Facebook*, *Twitter* e *Google+*. Cada um funciona como um botão de acesso a esses endereços eletrônicos, onde o usuário pode publicar o material em seu perfil. A ação é facilitada por já ter o *hyperlink* para a matéria incorporado. Entretanto, esses botões, apesar de visíveis não possuem nenhum tipo de estímulo ao seu uso, estando apenas disponíveis.

Já em relação a participação do GDI em redes sociais, não foi encontrado nenhum perfil específico da equipe. Desse modo, foram considerados os ícones de *sites* de relacionamentos disponibilizados pelas matérias, buscou-se as páginas dos veículos e programas que veiculam as reportagens do GDI para avaliar qual o comportamento em relação a esse conteúdo.

No *Facebook* o programa Fantástico, os telejornais Bom Dia Rio Grande e Jornal do Almoço e o GauchaZH possuem perfis. Não foi encontrado página do telejornal RBS Notícias, seu conteúdo é disponibilizado no perfil da RBS TV, juntamente com materiais de outras atrações. A forma de atuação dos programas de televisão é semelhante, tanto da rede Globo, quanto do Grupo RBS. São realizadas chamadas para as principais matérias da edição antes do programa ir ao ar. Após a veiculação, o programa é disponibilizado integralmente e também dividido por

notícias, sendo que cada um é uma publicação. A página da RBS TV une o material de toda a programação. O portal G1, da Rede Globo centraliza todas as postagens em um único perfil, sem divisão por estados.

O perfil GaúchaZH no *Facebook* une o material dos dois veículos de formas diferentes. Publica o *hyperlink* para as principais matérias do impresso. Cabe lembrar que o veículo tem um limite mensal de leituras de seus textos na internet para não assinantes. Desse modo, a disponibilização da matéria não garante acesso ao conteúdo. Já os áudios da Rádio Gaúcha não aparecem na página, neste caso a escolha é por transmissão ao vivo em vídeo do estúdio.

No *Twitter*, a Rede Globo mantém suas contas ativas. O programa Fantástico e o portal G1 possuem publicações regulares. Diferente do que acontece no *Facebook*, no *Twitter* o site Rio Grande do Sul, do portal G1, também possui perfil. Apesar da existência de páginas dos telejornais da RBS TV, eles foram abandonados. A última publicação no perfil do Bom Dia Rio Grande aconteceu em 7 de dezembro de 2015. O mesmo aconteceu com o RBS Notícias, com última postagem em 30 de setembro de 2016, e com o Jornal do Almoço, em 19 de setembro de 2016. Desde então, todo o material da televisão é centralizado na conta da RBS TV.

No caso do GaúchaZH, os áudios também não são disponibilizados, as transmissões ao vivo, frequentes no *Facebook*, não ocorrem. O perfil publica as matérias do site, além de compartilhar as postagens dos perfis dos repórteres da rádio e do impresso. No caso do *Google+*, somente o programa Fantástico possui conta, entretanto, não há nenhuma postagem feita. Não foram localizados perfis dos demais veículos e programas.

Apesar de não possuir nenhuma conta em redes sociais, as reportagens produzidas pelo GDI são disponibilizadas pelos perfis apresentados nesta pesquisa. Entretanto, não há nenhum estímulo para a participação do público, tampouco para o compartilhamento do material. Também foi percebido que os comentários feitos nessas postagens não são respondidos pelos administradores das páginas.

Outro ponto que merece atenção é que não foi encontrada nenhuma forma de envolver o público na construção do conteúdo. É perceptível a ausência de material durante a produção. A falta de estímulo ao engajamento acaba por não garantir a propagabilidade, pois a simples presença nas redes sociais não avaliza essa característica.

4.4 A transmidialidade no GDI

O objetivo proposto neste trabalho não é buscar uma afirmação se as reportagens produzidas pelo GDI são transmidiáticas ou não, mas identificar elementos desse tipo de narrativa no conteúdo analisado. O que percebemos é uma manutenção das características do jornalismo do Grupo RBS pela equipe do Grupo de Investigação. Não havia a expectativa de uma grande diferença no material, porém, por se tratar de um produto diferenciado, existia a possibilidade de alguma mudança ou experiência.

Ao procurar identificar elementos da transmidialidade nas reportagens do GDI, percebe-se que, mesmo tendo a característica da utilização de múltiplos meios, a opção da equipe foi de adoção da narrativa *crossmedia*. O que ocorre é uma adaptação do conteúdo e, conseqüentemente, a repetição de informações nas mídias em que o Grupo RBS atua. Há, portanto, uma manutenção na forma de atuar do jornalismo da empresa, que adota essa postura nos demais trabalhos realizados.

As reportagens avaliadas indicam uma priorização da televisão. Não se trata apenas da estratégia de distribuição que tem no meio televisivo o canal de primeira publicação, mas também de sustentação das informações. São as matérias em vídeo que embasam todas as demais, não como ponto de partida, mas como referência, num claro processo de adequação de conteúdo, como já comentado, desconsiderando a possibilidade de explorar as características de cada mídia. Portanto, não se trata de um início de leitura continuada. O resultado é que o consumo de todos os produtos da equipe não gera um universo, como propõe a narrativa *trasmídia*.

Outro elemento que comprava a prioridade dada à televisão nas reportagens que constituem o *corpus* deste estudo está na continuidade. Do conteúdo produzido pelo GDI, a sequência do material foi identificada apenas nessa mídia. A preferência por um meio vai de encontro ao que se propõe na transmidialidade. Não se trata da obrigação de que ocorra uma serialização em todas as plataformas disponíveis, mas, ao optar constantemente por uma como principal rompe-se com a ideia de equilíbrio entre os meios que está no cerne da proposta da narrativa.

Já para se garantir a expansibilidade do conteúdo, é necessário ofertar opções de outros materiais de consulta ao usuário e indica-los no texto. Foi percebido que o GDI mantém a postura do Grupo RBS e atua em um processo de autorreferência. Esse comportamento, no lugar de ampliar, restringe as potencialidades da

característica. Há um movimento de controle da informação ao se adotar essa medida, o redirecionamento não ocorre nem mesmo para outros produtos da empresa. Não é dada a oportunidade de conhecer visões diferentes ou mesmo de aferir as informações.

Na interatividade encontramos um dos pontos que podem ser considerados de grande divergência entre as características de uma narrativa transmídia. Por possuir variados níveis de classificação, a disponibilização de espaços para comentários e *hyperlinks* poderia ser considerada como ferramenta de interatividade, mas eles compõem outros elementos de uma narrativa transmídia.

No caso dos veículos do grupo RBS, é perceptível a disponibilização de formas de participação do público. Espaço do leitor no impresso, leitura de mensagens na rádio ou envio de vídeos para a televisão são práticas comuns. Contudo, são ações limitadas que não resultam num envolvimento do público na construção da informação. No caso específico das reportagens do GDI, não existe nenhuma ferramenta que garanta essa participação, havendo apenas a área de comentários dos *sites*.

Todo material produzido pelo GDI foi publicado na internet. Essa ação configura a existência da característica da disponibilidade. Ao possibilitar a consulta ao material já veiculado em outro meio, é dado ao usuário condições para recuperar informações, contextualizar e relacionar dados, oferecendo formas para a construção de um universo que constitui a ideia desse tipo de narrativa. Entretanto, por optar pela *crossmedia*, o que essa recuperação encontrará serão apenas conteúdos repetidos, sem nenhum tipo de acréscimo à leitura. Também se mostra ineficiente os mecanismos dessas conexões, já que não existem vínculos entre essas matérias dos diferentes veículos.

Chama a atenção a ausência de perfis do GDI nas redes sociais. Apesar da presença dos veículos do Grupo RBS nos *sites* de relacionamento, o Grupo de Investigação não recebeu a mesma atenção da empresa para esses ambientes. Por se tratar de uma equipe jornalística especial, lançada sob forte apelo publicitário como um produto diferenciado, se apresentava com condições de explorar a característica da propagabilidade por meio do engajamento. Mas, além de não possuir páginas específicas, as reportagens também não possuem nenhum tratamento diferenciado nos perfis dos veículos onde as matérias são publicadas. O que ocorre é apenas a repetição do comportamento feito com os demais conteúdos, realizando a simples

disponibilização desse material sem nenhuma ação de estímulo ao compartilhamento ou participação dos usuários.

Apesar de não ser apresentado como uma característica da narrativa neste trabalho, um ponto merece atenção. Dada a complexidade da produção de uma reportagem transmidiática, dificilmente se obterá um bom resultado se o trabalho jornalístico for realizado individualmente. No caso do Grupo de Investigação, mesmo que o grupo seja formado por uma equipe de dez pessoas, as reportagens levam a assinatura de um único jornalista, evidenciando que um conteúdo é adaptado para as demais mídias, sem a atuação da equipe multidisciplinar da redação.

De um modo geral, percebemos a existência de alguns elementos da transmidialidade nas reportagens realizadas pelo GDI. Mesmo que em alguns casos sejam necessárias adequações, como foi apresentado, nota-se que a aplicação da narrativa não se apresentaria como uma barreira intransponível em um primeiro momento. Mas, o que é transparente é que na proposta de criação do Grupo de Investigação não estava inserida uma ideia de transformação ou mudança no jornalismo que vem sendo realizado pelo Grupo RBS. Isso mostra-se claro na opção da manutenção do formato *crossmedia* de seu conteúdo.

5. Considerações Finais

Ao considerarmos uma proposta de aplicação da narrativa transmídia no jornalismo, é preciso ter a consciência que trata-se menos de uma revolução no fazer jornalístico e mais numa recuperação da essência da atividade. O que foi apresentado neste trabalho é a ideia de oferecer uma forma de retomar muitos elementos que parecem ter perdido relevância nas redações. A evolução tecnológica das últimas décadas parece ter criado uma necessidade de urgência em informar, fazendo com que as notícias fossem incluídas numa estrutura social líquida tão bem apontada por Zygmunt Bauman (1999, 2003, 2005, 2007) em seus trabalhos.

Não estamos aqui em defesa da demonização de um mundo digital, mas, justamente o contrário. A mobilidade e a ubiquidade são valiosos ganhos para a sociedade e que podem e devem ser explorados pelo jornalismo. Mas, toda as facilidades oferecidas também devem ser consideradas nas práticas cotidianas das mídias. A digitalização oportuniza novos caminhos, novas ferramentas, mas também novas formas de se aprimorar o que já vinha sendo feito. É neste repensar a atividade jornalística que repousa um grande desafio contemporâneo.

Em um período onde a produção e distribuição de conteúdo não se restringe mais as empresas de comunicação, o jornalismo passa por desafios sob fortes críticas do seu papel na sociedade. Se qualquer pessoa munida apenas de um *smartphone* é capaz de captar, editar e distribuir conteúdo, inclusive de modo ao vivo, o que justifica a existência da imprensa? Em um momento em que notícias falsas circulam na mesma proporção que o material produzido pelas redações, o que deve ser feito para reforçar aquele que é o maior patrimônio do jornalismo profissional, a credibilidade?

Na apresentação do GDI, o Grupo RBS indicava uma proposta de renovação em seu comportamento. Ao formar uma equipe qualificada, com reconhecimento em forma de premiações por seu trabalho, esperava-se o início de um caminho de experimentações dos novos formatos em um trabalho coletivo em diversas plataformas, mas o resultado foi o inverso. As reportagens levam assinaturas individuais ou de duplas. A diversidade das experiências dos jornalistas não é considerada na produção do material.

O que percebemos é que, na prática, o GDI não apresenta nenhuma inovação. Trata-se apenas de adicionar uma marca em reportagens especiais que já eram realizadas anteriormente. Ao apresentar-se como inspirado no *Spotlight*, o Grupo de Investigação deixa de olhar para experiências exitosas fora do país e transforma-se

apenas em uma equipe criada a partir de uma referência cinematográfica. A estrutura que dispõe o Grupo RBS permite realizar trabalhos inovadores como os do jornal britânico *The Guardian*¹⁸, entretanto, a opção foi de manutenção de seu formato *broadcasting*, de um para muitos, desconsiderando as recentes transformações na comunicação e as possibilidades que surgiram.

É preciso lembrar que o jornalismo nunca foi uma atividade estanque. O processo evolutivo com os meios de comunicação, apresentado neste trabalho, também afetou diretamente as práticas ligadas à profissão. Isso faz com que a relação com a biologia também possa ser aplicada a ele. A cada nova mídia que se desenvolvia ao longo do tempo, as linguagens iam se adequando e evoluindo. Assim, o conteúdo radiofônico deixou de fazer a simples leitura das notícias dos jornais e a televisão abandonou a postura de ser apenas um rádio com imagens. Gradativamente, cada um foi encontrando sua própria linguagem num processo contínuo, juntamente com cada nova tecnologia.

Atualmente, as mudanças não se limitam apenas a novidade das plataformas digitais, mas na alteração na forma de consumo e comportamento do público. Se, anteriormente, cada mídia tinha seu ambiente bem definido, com hábitos da audiência mais delimitados. Hoje a convergência criou uma nova relação das pessoas com os conteúdos. Isso faz com que, inevitavelmente, o jornalismo precise adequar-se a essa realidade, se reinventando. E aplicar a narrativa transmídia no jornalismo não pode ser vista como a salvação da atividade, mas uma alternativa para seu desenvolvimento no atual cenário. Em um momento de pluralidade, formas variadas de coberturas só irão colaborar para o seu crescimento.

Nesse contexto, a narrativa transmídia está diretamente envolvida em um processo de resgate de características do jornalismo que parecem diminuídas nos dias atuais e que ajudaram na construção da credibilidade da atividade ao longo dos anos. Não falamos, neste trabalho, de apenas explorar a oferta tecnológica que existe hoje, mas de utiliza-la para o desenvolvimento de um trabalho que colabore naquilo que é o principal produto de um jornalismo de qualidade e que recebe diversos nomes, como grande reportagem, reportagem especial ou jornalismo investigativo.

Assim, antes de pensarmos em multimídia, intertextualidade ou engajamento, entre as demais características da transmidialidade, temos que ter a

¹⁸ <https://www.theguardian.com/>

consciência de que falamos de jornalismo. É por meio da apuração que se terá material disponível para a construção da reportagem. É com o aprofundamento, a diversidade de visões, histórias e fatos que se criará as condições necessárias para a produção de uma reportagem que permitirá explorar essa forma de narrativa. A imersão do usuário dependerá, primeiramente, da imersão dos jornalistas para oferecer um material que mereça essa atenção especial, como propõe o *Slow Journalism* (GREENBERG, 2012) comentado nesta pesquisa.

Não há, entretanto, diminuição na importância do jornalismo cotidiano e na cobertura do factual. Esse formato não tem apenas a responsabilidade de manter pessoas informadas sobre o mundo que as cercam, mas também um importante papel na construção da sociedade e das relações, como defendem Wolton (2006) e Mafessoli (1998). Mas, a reportagem garante a profundidade e oferece a contextualização. É nela que reside a possibilidade de ampliar visões de mundo e carregando consigo a oferta de variadas versões que colaboram na melhor compreensão de um assunto.

Além da recuperação de características que colaboraram na construção da atividade jornalística, a opção pela narrativa transmídia também apresenta desafios a ela. A primeira está na intertextualidade. Mesmo que a construção de um universo a partir dela seja consolidada no entretenimento, no jornalismo se apresenta como um obstáculo. Tanto as histórias em quadrinhos, quanto o cinema, possuem históricos da criação de universos por meio de expansão de conteúdos. Nesses casos, a continuidade se faz presente por mais de décadas num processo seriado contínuo.

Mesmo que no jornalismo a possibilidade de uma estrutura tão aberta seja mais difícil, a escolha por contar uma única história de forma seriada por diferentes meios não se mostra inviável. Entretanto, é preciso reestruturar a forma como as redações trabalham. Torna-se necessário alterar o movimento de ações individuais para um comportamento conjunto onde as ações são planejadas, determinando o papel de cada meio na cobertura.

Essa migração de uma narrativa *crossmedia* para transmídia envolve uma mudança cultural nas empresas de comunicação. Majoritariamente, a política adotada pelos grupos de comunicação é ofertar uma mesma informação em meios variados cabendo aos usuários escolher o meio que irá acessá-la. Ocupa-se, desse modo, uma grande quantidade de tempo ou de espaço na repetição de dados. Nos meios tradicionais a justificativa pode ser a de se atingir o maior número de pessoas

conforme perfis de audiência, mas nos ambientes digitais isso torna-se perceptível para o público.

A partir de um planejamento bem estruturado, como propõe a Arquitetura da Informação, a intertextualidade garante que em cada notícia o usuário receberá novos dados, construindo um cenário que oportuniza a imersão. Desse modo, se muitas das características que compõe uma narrativa transmídia não são exclusivas ao formato, a intertextualidade se apresenta como um agente realmente inovador para o jornalismo. É na independência de cada material que está um dos desafios para a adoção da transmidialidade, mas não o único.

Outros dois pontos que afetam diretamente a cultura das empresas jornalísticas estão na interatividade e na propagabilidade. Atualmente, o comportamento não difere do que sempre foi feito. A prática é de disponibilizar espaços para comentários e a possibilidade de compartilhar o conteúdo nas redes sociais. Entretanto, esse procedimento não é apenas limitar, mas está aquém do que realmente significam essas características. Esse comportamento está ancorado na ideia de que essas companhias são detentoras da informação, reforçando a postura de *broadcasting* no formato de um para muitos.

É preciso incorporar a ideia de que a passividade da audiência passou a ser uma opção dela própria. Oferecer formas de participação para o público gera a propagabilidade que irá refletir na construção do engajamento. É necessário ir além da simples possibilidade de compartilhar o conteúdo nas redes sociais e criar formas de participação do usuário, além de estimular que essa experiência seja partilhada, buscando ampliar a audiência pelas ações do próprio público.

O mesmo acontece com a interatividade. Torna-se necessário compreender que a disponibilização de espaços para comentários ou leitura de mensagens durante as programações não significa a aplicação desta característica. É preciso ver no usuário algo muito além de um receptor e compreender que ele passa a ser um personagem na construção da transmidialidade. Seja participando da construção da narrativa, seja oferecendo formas para que o público se envolva com o conteúdo.

Portanto, ao se propor aplicar a transmidialidade é preciso ter a consciência que variados fatores estão envolvidos. Trata-se de recuperar elementos que consolidaram a atividade jornalística, unindo com características inovadoras que desafiam o que vem sendo praticado até então. O que se propõe é unir o que de melhor já foi feito com as possibilidades que o cenário atual oportuniza. Uma junção

do passado e presente visando o futuro. Porém, não falamos de um formato definitivo, mas da proposta de uma engrenagem em um mecanismo que se mantém ativo e em constante movimento que é o jornalismo.

Referência Bibliográfica

AARSETH, Espen J. **No linealidad y teoría literaria** in. LANDOW, George P. (Comp.) *Teoría del hipertexto* Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997.

ALBUQUERQUE, Alfram R. R., LIMA-MARQUES, Mamede **Sobre os Fundamentos da Arquitetura da Informação** in *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 1, Número Especial, p. 60, out. 2011. Disponível em <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc>, acesso em 22/06/2017.

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARDIN, Laurence **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERNERS-LEE, Tim **Architctural and philosophical points**, 1998, disponível em <http://www.w3.org/DesignIssues/>, acesso em 12/05/2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**, Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

_____, Zygmunt. **Amor Líquido**: Sobre a fragilidade dos laços humanos, Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____, Zygmunt. **Vida Líquida**, Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____, Zygmunt **Tempos Líquidos**, Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BERNERS-LEE, Tim. **Hypertext and Our Collective Destiny**, 1995, disponível em http://www.w3.org/Talks/9510_Bush/Talk.html, acessado em 12/05/2017.

BERNERS-LEE, Tim. **Information Management: A Proposal**, 1989, disponível em <http://www.w3.org/History/1989/proposal.html>, acessado em 12/07/2017.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation. Understanding New Media**, Cambridge: The MIT Press, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRANCHEAU, J. C.; WETHERBE, J. C. **Information Architectures: Methods and Practice**. In *Information Processing & Management*, v. 22, n. 6, p. 453, 1986.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter **Uma História Social da Mídia: de Gutemberg à Internet**, tradução de Maria Carmelita Pádua Dias, Jorge Zahar: Rio de Janeiro, 2006.

CANAVILHAS, João **Jornalismo Transmídia: um desafo ao velho ecossistema mediático** in *Periodismo Transmedia: miradas múltiples* CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis, RUIZ, Sandra, GOSCIOLA, Vicente (org.) Barcelona: UOC, 2014.

CANNATA, Fábio **TV E Segunda Tela: Uma análise do horário nobre no Twitter**, Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em <http://primo-pmtna01.hosted.exlibrisgroup.com/PUC01:PUC01:puc01000453962> acesso em 09/06/2016.

CARVALHO, Luciana Menezes; BARRICHELLO, Eugenia Maria da Rocha **Legitimação das organizações midiáticas no ecossistema digital** in RUBLESCKI, Anelise; BARRICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha (orgs.) *Ecologia da Mídia*, Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHARTIER, Roger **Os desafios da escrita** tradução de Fulvia M.L. Moretto. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

CIRNE, Livia e LIMA, Luisa **A TV no Cenário de Transição e o Telejornal como Hipertexto: Um debate preliminar sobre as transformações na era digital** in Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Ano VIII, n. 15, 2015.

DEBORD, Guy **A sociedade do espetáculo** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramon. **Manual de redacción ciberperiodística**. Barcelona: Ariel, 2003.

DILLON, A. Information architecture in JASIST: Just where did we come from? **Journal of the American Society for Information Science**, v. 53, n. 10, p. 821, 2002.

DINIZ, Talita **Rampazzo (In) conclusões sobre a Narrativa Transmídia no jornalismo: sobre o que pode ser e o que se dejesa**. Trabalho apresentado no DTI Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 15 a 17 de junho de 2011. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0833-1.pdf>, acesso em 12/06/2017.

EVANS, Elizabeth **Transmedia Television: Audiences, New media and Daily Life**. New York: Routledge, 2011.

FRANÇA, Vera F. **A Televisão Porosa: Traços e Tendências**. In FILHO, João F. (Org.) *A TV em Transição: Tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FECHINE, Yvana **Como Pensar os Conteúdos Transmídia na Teledramaturgia Brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo**. In LOPES, M.I.V. (Org.) *Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____, Yvana **Televisão e Presença: Uma Abordagem Semiótica da Transmissão Direta**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

_____, Yvana **Transmídiação, entre o lúdico e o narrativo** in Narrativas Transmedia: Entre teorías y prácticas CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis, GOSCIOLA, Vicente (org.) Barcelona: UOC, 2013.

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar. Socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FIDLER, Roger **Mediamorphosis: Understanding New Media**, Pine Forge Press: California, 1997.

FLICK, U. **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da **Análise de Conteúdo** in Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação org: BARROS, Antônio e DUARTE, Jorge. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GAMBARATO, Renira R. The Sochi Project. Digital Journalism. 2015. Disponível em <https://drive.google.com/drive/folders/1noNe2KG8uLc95LQzeu2IHfdCukOQvRw4>. Acesso em 22/01/2018.

GAMBARATO, Renira R. e TÁRCIA, Lorena P.T. **Transmedia Strategies in Journalism**. Journalism Studies, 2016, Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2015.1127769>. Acesso em 15/01/2018.

GOSCIOLA, Vicente **Narrativa transmídia: conceituação e origens** in Narrativas Transmedia: Entre teorías y prácticas CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis, GOSCIOLA, Vicente (org.) Barcelona: UOC, 2014.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas**. São Paulo: Editora SENAC, 2008.

GREENBERG, Susan. **Slow Journalism in the Digital Fast Lane**, 2012, disponível em https://www.academia.edu/5199522/Slow_Journalism_in_the_Digital_fast_Lane, acesso em 08/01/2018.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável** São Paulo: Editora ALEPH, 2014.

JENKINS, Henry **Cultura da Convergência** 2 ed São Paulo: Aleph, 2008.

KRISTEVA, Julia. **Le mot, le dialogue et le roman**. In Critique: Revue Générale des Publications Françaises et Étrangères. Paris, Tome 23, n. 239, p. 438-65, avr. 1967.

LANDOW, George P. **Hipertexto: La convergência de La teoria crítica contemporânea y La tecnologia**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1995.

_____, George P. **Qué puede hacer el crítico? La teoría crítica en la edad del hipertexto** in. LANDOW, George P. (Comp.) *Teoría del hipertexto* Barcelona Ediciones Paidós Ibérica S.A., 1997.

LE MASURIER, Megan. **What is Slow Journalism?** 2014. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2014.916471>. Acesso em 22/01/2018.

LEMOS, André L.M. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais**, 1997, Disponível em <http://www.Facom.ufba.br/pesq/cyber/lemos/interac.html>. Acesso em 10/01/2018.

LEÓN, R. R. **Arquitectura de Información: análisis histórico-conceptual (Information Architecture: A Historical-conceptual Analysis)**. In: *No Solo Usabilidad journal*, Granada, 2008. Disponível em: http://www.nosolousabilidad.com/articulos/historia_arquitectura_informacion.htm. Acesso em 22/06/2017.

LÉVY, Pierre **As tecnologias da inteligência** O futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____, Pierre **A Revolução contemporânea em matéria de comunicação** in. MARTINS, Francisco Menezes; DA SILVA, Juremir Machado (org.) *Para Navegar no Século XXI*. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 1999. 288p.

KRIPPENDORF, K. **Content Analysis, An Introduction to Its Methodology**. 3a Ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2012.

MAFFESOLI, Michel **O Tempo das Tribos: O declínio do individualismo na cultura de massa**, Tradução Maria de Lourdes Menezes, 2 ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1998.

MCLUHAN, Marshall **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem (Understanding Media)**, tradução Décio Pignatari, Cultrix: São Paulo, 2007.

_____, Marshall **The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man**, University Toronto Press: Toronto, 1962.

MIELNICZUK, Luciana **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**, 2004, disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/33239839420892013900619660266793099419.pdf>. Acesso em 24/01/2018.

MIELNICZUK, Luciana **O Link como Recurso da Narrativa Jornalística Hipertextual**, 2005, disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/160318299140382081603311405193211973269.pdf>. Acessado em 22/02/2018

MOHERDAUI, Luciana **Guia de estilo web** Produção e edição de notícias on-line 2º Ed. Ver. E ampl. – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002. 147p.

MOLONEY, Kevin **Porting Transmedia Storytelling to Journalism**. Thesis Presented to the Faculty of Social Sciences University of Denver, Master of Arts, 2011. Disponível em http://www.colorado.edu/journalism/photojournalism/Transmedia_Journalism.pdf. Acesso em 14/06/2017.

MORAES, Elizabeth Gonçalves; SANTOS Marli dos **O jornalismo como narrativa transmídia: reflexões possíveis** in *Periodismo Transmedia: miradas múltiples* CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis, RUIZ, Sandra, GOSCIOLA, Vicente (org.) Barcelona: UOC, 2014.

MORROGH, E. **Information architecture: an emerging 21st century profession**. New Jersey: Prentice Hall, 2003, 194p.

MORVILLE, P; ROSENFELD, L. **Information Architecture for the World Wide Web**. Sebastopol, CA: O'Reilly & Associates, 2006.

NEGROPONTE, Nicholas **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NELSON, Theodor H. **A file structure for o Complex, the changing and the indeterminate**, 1965, disponível em http://manovich.net/vis242_winter_2006/New%20Media%20Reader%20all/11-nelson65-03.pdf, acessado em 05/04/2013.

POSTMAN, Neil **Tecnopólio: A Rendição da Cultura à Tecnologia**, tradução de Reinaldo Guarany, Nobel: São Paulo, 1994.

PRATTEN, Robert **Getting Started with Transmedia Storytelling**, 2011, disponível em <https://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/book-2-robert-pratten.pdf>, acessado em 12/01/2018.

RECUERO, Raquel **Discutindo Análise de Conteúdo como Método: O #DiadaConsciênciaNegra no Twitter**, 2014, disponível em <http://revistas.iel.unicamp.br/index.php/cel/article/view/4334/5010>, acessado em 13/06/2016.

RENÓ, Denis. **Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir**. Tenerife: Editora ULL, 2011.

RENÓ, Denis. **Jornalismo transmídia: uma realidade**. In: SQUIRA, S. *Cibercoms: tecnologias ubíquas, mídias pervasivas*. Porto Alegre: Buqui, 2012.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas** 3a ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RHODES, Dent M.; AZBELLI, Janet White. **Designing Interactive Video Instruction Professionally**, *Training and Development Journal*, v39 n12 p31-33 (1985). Disponível em <https://eric.ed.gov/?id=EJ327491>. Acesso em 18/01/2018.

ROCHA, Simone Maria **Análise de conteúdo articulada à análise de gênero televisivo: proposta metodológica para interpretação das representações nas narrativas mediáticas**, 2008, disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteras/article/viewFile/5528/5041>, acessado em 11/06/2016.

SANTAELLA, Lucia **Navegar no ciberespaço** O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, Adécio Machado dos **Gutenberg: A Era da Imprensa**. 2003. Disponível em <http://periodicosuniarp.com.br/percepcoes/article/view/25>, acesso em 13/05/2017.

SANTOS, Márcio C. **Existe jornalismo transmídia? Considerações sobre o reúso de conceitos**. Revista Geminis, V.8 – N.3, 2017. Disponível em <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/308>. Acesso em 15/02/2018.

SANTOS, César A. A. dos **Landell de Moura ou Marconi, Quem é o Pioneiro?**. 2003. Disponível em http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_santos.pdf. Acesso em 15/05/2017.

SCOLARI, Carlos A. Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. Quaderns del CAC, vol. XIII, n. 1, p. 17-25, jun. 2010.

_____, Carlos A. **Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo**. In Diálogos de la comunicación, n. 77, jul/dez, 2008a. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2694422>. Acesso em 23/06/2017.

_____, Carlos **Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva** Barcelona: Gedisa, 2008.

_____, Carlos A. **Más Allá de McLuhan: Hacia una Ecología de los Medios** in RUBLESCKI, Anelise; BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha (orgs.) *Ecología da Mídia*, FACOS-UFSM, Santa Maria, 2013.

_____, Carlos A. **Narrativas Transmídias: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea** in Parágrafo. JAN./JUN.2015, V. 1, N. 3 (2015) disponível em <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/291/298>. Acesso em 22/06/2017.

_____, Carlos A. **Transmedia storytelling: más allá de la ficción**. 2009. Disponível em <http://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytelling-mas-alla-de-la-ficcion/>. Acesso em 20/06/2016.

_____, Carlos A. **Transmedia storytelling: new ways of communicating in the digital age**. In: ACCIÓN CULTURAL ESPANHÓLA. AC/E digital culture annual report 2014. Madri: Acción Cultural Espanhóla, 2014. Disponível em: http://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/EN/6Storytelling_CScolari.pdf. Acesso em 20/06/2016.

SCOLARI, Carlos A., Bertetti, Paolo, FREEMAN, Matthew **Transmedia Archaeology**. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2014.

SIMS, Rod. **Interactivity: a Forgotten Art? Computer in Human Behavior**, v13 n2 p157- 80 (1997). Disponível em <http://www2.gsu.edu/~wwwitr/docs/interact/>. Acesso em 16/01/2018

SOBRINHO, Liton L.P. **Comunicação e Direito à Saúde**. Punto Rojo Libros: Sevilha, 2016.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. Petrópolis: Vozes, 1992. 103 p.

_____. **A máquina de narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1994. 147 p.

_____. **Sociedade, mídia e violência**. Porto Alegre: Sulina: EDIPUCRS, 2002. 110 p.

SOUZA, Maurício Dias. **Jornalismo e Cultura da Convergência: a narrativa transmídia na cobertura do caso cablegate nos sites El País e Guardian**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2011.

TORRES, Elvira; AMÉRIGO, Maria Pou. **Características de la comunicación digital**. In: Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona: Ariel, 2003.

VIZER, Eduardo; CARVALHO, Helenice **La metáfora ecológica en la era de la mediatización** in Ecologia da mídia RUBLESCKI, Anelise; BARICHELLO, Eugenia (orgs.) Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

WOLTON, Dominique **Elogio do Grande Público: Uma teoria crítica da televisão**, Tradução José Rubens Siqueira, São Paulo: Editora Ática, 2006.

WURMAN, R. S. **Ansiedade de Informação 2**. São Paulo: Editora de Cultura, 2001.

WURMAN, R. S. **Information architects**. 2. ed. Lakewood: Watson-Guptill Pubns, 1997.

Apêndice - Hyperlinks para as reportagens do GDI

Fraude na CNH

05/02/2017 Fantástico <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/02/esquema-de-bandidos-passa-pontos-da-cnh-ate-para-quem-ja-morreu.html>

05/02/2017 G1 <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2017/02/fraudadores-transferem-pontos-da-cnh-de-forma-ilegal-no-rs.html>

05/02/2017 ZH <https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2017/02/fraudes-retiram-pontos-da-carteira-de-motoristas-infratores-9714224.html>

06/02/2017 Bom Dia Rio Grande <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2017/02/pontos-da-cnh-sao-transferidos-ilegalmente-ate-para-mortos-no-rs.html>

06/02/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/edicoes/v/fraudadores-transferem-pontos-da-cnh-de-forma-ilegal-no-rs/5630865/>

06/02/2017 Gaúcha Atualidade <https://gauchazh.clicrbs.com.br/seguranca/noticia/2017/02/assumir-pontos-de-infratores-na-cnh-tambem-e-crime-diz-delegado-9714465.html>

06/02/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/eptc-investiga-taxistas-por-transferencia-ilegal-de-pontos-da-cnh/5632202/>

10/02/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/motoristas-de-aluguel-recebem-pontos-de-multas-na-cnh/5644333/>

Golpe no WhatsApp

12/02/2017 Fantástico <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/02/bandidos-aplicam-golpe-whatsapp-para-tirar-dinheiro-de-vitimas.html>

12/02/2017 G1 <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2017/02/golpistas-clonam-contas-de-whatsapp-para-pedir-dinheiro-contatos.html>

12/02/2017 ZH <https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2017/02/policia-civil-apura-golpe-no-whatsapp-9720241.html>

13/02/2017 Bom Dia Rio Grande <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/bom-dia-rio-grande/videos/t/edicoes/v/golpe-clona-contas-de-whatsapp-para-pedir-dinheiro-a-contatos-de-vitimas/5648157/>

13/02/2017 Gaúcha Atualidade <http://videos.clicrbs.com.br/rs/gaucha/audio/radio-gaucha/2017/02/especialista-tecnologia-ensina-como-proteger-whatsapp-golpe/177136/>

13/02/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/v/golpe-clona-contas-de-whatsapp-para-pedir-dinheiro-a-contatos-de-vitimas/5648825/>

13/02/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/v/golpe-clona-contas-de-whatsapp-para-pedir-dinheiro-a-contatos-de-vitimas/5650414/>

RS Polo de Carros Roubados

09/04/2017 Fantástico <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/04/quadrilha-movimentava-mercado-de-carros-roubados-por-celular.html>

09/04/2017 G1 <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/grupo-criminoso-fazia-leilao-virtual-para-negociar-carros-roubados-no-rs.ghtml>

09/04/2017 ZH <https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2017/04/como-o-rio-grande-do-sul-se-transformou-em-um-polo-de-distribuicao-de-carros-roubados-9768042.html>

09/04/2017 ZH <https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2017/04/entenda-como-funciona-o-esquema-de-roubos-de-carro-no-rs-9768074.html>

10/04/2017 Bom Dia Rio Grande <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/bom-dia-rio-grande/videos/t/edicoes/v/grupo-criminoso-fazia-leilao-virtual-para-negociar-carros-roubados-no-rs/5789463/>

10/04/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/edicoes/v/grupo-criminoso-fazia-leilao-virtual-para-negociar-carros-roubados-no-rs/5790332/>

10/04/2017 G1 <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/policia-acredita-que-prisao-de-quadrilha-vai-reduzir-roubo-de-carros-no-rs-nos-proximos-dias.ghtml>

10/04/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/policia-acredita-que-prisao-de-quadrilha-vai-reduzir-roubo-de-carros-no-rs/5791577/>

Crime no Campo

30/07/2017 Fantástico <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2017/07/violencia-de-quadrilhas-de-ladros-de-gado-faz-criadores-deixarem-o-campo.html>

30/07/2017 ZH <https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2017/07/levantamento-mostra-pouca-investigacao-em-furto-de-gado-no-rs-9856847.html>

30/07/2017 ZH <https://gauchazh.clicrbs.com.br/grupo-de-investigacao/noticia/2017/07/pratica-do-abigeato-leva-risco-a-saude-da-populacao-9856863.html>

31/07/2017 Bom Dia Rio Grande <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/bom-dia-rio-grande/videos/t/edicoes/v/apenas-58-dos-casos-de-roubo-de-gado-foram-investigados-no-rs/6043736/>

31/07/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/edicoes/v/apenas-58-dos-casos-de-roubo-de-gado-sao-solucionados-no-rs-diz-lai/6044372/>

31/07/2017 JA Ideias Poa <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/porto-alegre/v/porto-alegre-tera-um-novo-centro-de-triagem-para-ajudar-na-situacao-prisonal/6044819/>

31/07/2017 JA Ideias Caxias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/caxias-do-sul/v/ja-ideias-sessenta-casos-de-abigeato-foram-registrados-na-regiao-de-vacaria-rs-esse-ano/6045223/>

31/07/2017 JA Ideias Pelotas <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/pelotas/v/no-ja-ideias-o-crescimento-do-crime-de-abigeato-em-pelotas/6045473/>

31/07/2017 JA Ideias Rio Grande <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/rio-grande/v/ja-ideias-os-casos-de-abigeato-em-rio-grande-rs/6044755/>

31/07/2017 JA Ideias Sta Maria <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/santa-maria/v/casos-de-abigeato-preocupam-produtores-da-regiao-central/6045111/>

31/07/2017 JA Ideias Bagé <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/bage/v/ja-ideias-abigeato-assombra-produtores-rurais-de-todo-rs/6044846/>

31/07/2017 JA Ideias Cruz Alta <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/cruz-alta/v/abigeato-e-o-assunto-do-ja-ideias/6047042/>

31/07/2017 JA Ideias Erechim <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/erechim/v/brigada-militar-trabalha-para-combater-crimes-de-abigeato-no-alto-uruguai/6048129/>

31/07/2017 JA Ideias Santa Rosa <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/santa-rosa/v/ao-vivo-delegada-fala-sobre-o-crime-de-abigeato-na-regiao/6045031/>

31/07/2017 JA Ideias Passo Fundo <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/passo-fundo/v/ja-ideias-casos-de-abigeato-alertam-para-qualidade-da-carne/6045331/>

31/07/2017 JA Ideias Uruguaiana <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/uruguaiana/v/roubo-de-gado-preocupa-a-fronteira-oeste-rs/6045358/>

31/07/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/produtores-pedem-que-o-crime-de-abigeato-seja-tratado-como-prioridade-no-rs/6046027/>

01/08/2017 Bom Dia Rio Grande <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/bom-dia-rio-grande/videos/t/edicoes/v/fazendeiros-usam-cameras-de-seguranca-e-constroem-casa-perto-de-animais-para-evitar-roubos/6046600/>

01/08/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/edicoes/v/delegado-responsavel-pelo-combate-ao-roubo-de-gado-participa-do-ja-ideias/6048566/>

01/08/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/suspeitos-de-abigeato-gravam-invasao-a-area-militar-em-butia-no-rs/6048603/>

02/08/2017 Bom Dia Rio Grande <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/bom-dia-rio-grande/videos/t/edicoes/v/suspeitos-de-abigeato-gravam-video-de-invasao-a-area-do-exercito-em-butia-e-debocham/6049338/>

02/08/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/edicoes/v/estrada-no-interior-de-rio-pardo-pode-ser-rota-para-abigeato/6051094/>

02/08/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/edicoes/v/patrolha-rural-da-bm-combate-o-abigeato-em-uruguaiana-rs/6050981/>

02/08/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/em-gravacoes-suspeitos-de-abigeato-no-rs-negociam-ameacas-e-como-se-livrar-de-acusacoes/6054279/>

03/08/2017 Jornal do Almoço <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/jornal-do-almoco/videos/t/edicoes/v/casos-de-abigeato-sao-registrados-em-campos-do-exercito-em-alegrete-rs/6053956/>

03/08/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/em-gravacoes-suspeitos-de-abigeato-no-rs-negociam-ameacas-e-como-se-livrar-de-acusacoes/6054279/>

04/08/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/criadores-sofrem-com-os-ladros-de-gado-na-regiao-metropolitana-de-porto-alegre/6057067/>

05/08/2017 RBS Notícias <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/edicoes/v/criminosos-matam-gado-e-cavalos-no-rs/6059080/>

08/08/2017 ZH <https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/campo-e-lavoura/noticia/2017/08/policia-civil-faz-operacao-contrabigeato-na-metade-sul-do-rs-9864600.html>

08/08/2017 Rádio Gaúcha <http://videos.clicrbs.com.br/rs/gaucha/audio/radio-gaucha/2017/08/delegado-adriano-linhares-responsavel-pela-forca-tarefa-contracrimes-abigeato-08-08-2017/188610/>



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria Acadêmica
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: proacad@pucrs.br
Site: www.pucrs.br/proacad