

CAMILA TEIXEIRA BARROS

**A EXPERIMENTAÇÃO NARRATIVA AUDIOVISUAL NA
ERA DA CONVERGÊNCIA: O CASO DO PROGRAMA *TV
FOLHA***

Viçosa-MG
Curso de Comunicação Social – Jornalismo
2013

CAMILA TEIXEIRA BARROS

**A EXPERIMENTAÇÃO NARRATIVA AUDIOVISUAL NA
ERA DA CONVERGÊNCIA: O CASO DO PROGRAMA *TV
FOLHA***

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Mariana Ramalho Procópio Xavier

Viçosa-MG
Curso de Comunicação Social – Jornalismo
2013



Universidade Federal de Viçosa
Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo

Monografia intitulada *A Experimentação narrativa audiovisual na era da convergência: o caso do programa TV Folha*, de autoria da estudante Camila Teixeira Barros, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Profa. Dra. Mariana Ramalho Procópio Xavier
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Prof. Me. Henrique Moreira Mazetti
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Profa. Ma. Hideide Brito Torres
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Viçosa, 20 de agosto de 2013

AGRADECIMENTOS

Esse trabalho é a concretização do desfecho de uma graduação que me rendeu muitas histórias, aprendizados e ensinamentos. A realização desse trabalho só foi possível devido à paciência e apoio dos meus pais, Fernando e Aparecida e da minha irmã Carina, que me amparava nos momentos mais difíceis. Aos meus amigos que longe ou perto estiveram presente nas etapas desse trabalho. Obrigada por me acompanharem e me fazerem acreditar que todo esforço é recompensado. Agradeço pela ajuda e força da minha orientadora Mariana Procópio que sempre me auxiliou com ótimas ideias e acreditou no meu trabalho.

RESUMO

Ao longo do tempo, o jornalismo televisivo acompanhou as inúmeras transformações estabelecidas pelos avanços tecnológicos. Com o advento da convergência midiática, o conceito de narrativa transmídia, apresenta ao telejornalismo uma possibilidade, ainda tímida, de reformular o conteúdo em multiplataformas. O presente trabalho se dirige à análise do programa *TV Folha*, que ao construir uma narrativa audiovisual híbrida a partir do diálogo entre suportes televisivo e virtual, se afasta do modelo canônico dos telejornais. Embora essa experimentação de linguagens proposta pelo programa também agregue características da estética documental, constatamos através de sua estrutura narrativa, bem como os critérios de noticiabilidade, que o *TV Folha* se distancia do fenômeno transmídia e se aproxima da estratégia *cross-media*, ao convergir os mesmos conteúdos para ambos os suportes.

Palavras-chave: narrativa transmídia; audiovisual; televisão; convergência; multiplataforma, valores-notícia; *cross-media*.

ABSTRACT

Over time, TV journalism followed the numerous transformations established by technological advances. With the advent of media convergence, the concept of transmedia storytelling presents to the TV journalism a possibility, even if timid, to reformulate the content in multi-platforms. This paper addresses the analysis of *TV Folha* that, in building a hybrid audiovisual narrative from the dialogue between the televised and virtual supports, moves away from the canonical model of TV news. Although this experimentation of languages proposed by the program also aggregates aesthetic characteristics of documentary, it was found that through its narrative structure as well as the criteria of newsworthiness, *TV Folha* moves away from the transmedia phenomenon and approaches the *cross-media* strategy when converging the same content to both supports.

Key-words: transmedia storytelling; audio-visual; television; convergence, multi-platform; news values.; *cross-media*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO 1- OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E AS ALTERAÇÕES PROVOCADAS PELA INTERNET E PELA CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA ...	9
1.1. A era do digital: o nascimento da Internet	9
1.2. A cultura da convergência.....	12
1.2.1 Webjornais: o telejornal para o suporte virtual.....	16
1.3. A remediação dos velhos e novos meios	17
CAPÍTULO 2- DAS NARRATIVAS TRADICIONAIS À NARRATIVA TRANSMÍDIA: O CONTEÚDO NA ERA DA CONVERGÊNCIA	20
2.1. A narrativa jornalística.....	20
2.2. A narrativa jornalística na televisão	21
2.3 As mudanças na narrativa jornalística com o advento da internet e da convergência	22
2.4. A narrativa transmídia	26
CAPÍTULO 3- O PROGRAMA <i>TV FOLHA</i> COMO EXPERIMENTAÇÃO NARRATIVA	33
3.1. O programa <i>TV Folha</i>	33
3.2. Procedimentos metodológicos.....	36
3.3. Análise do programa <i>TV Folha</i>	40
3.3.1 A estrutura narrativa.....	44
A) A estrutura do programa	44
B) A estrutura das reportagens.....	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

INTRODUÇÃO

Sabemos que a narrativa, seja oral ou escrita, é de extrema importância para a sobrevivência de nossa espécie. É através dela que a cultura cristalizada na memória de um povo é transmitida para as gerações futuras. Hoje, mais do que nunca, a sociedade incorpora em seus hábitos o ato de narrar e ouvir histórias despertando, inclusive, novas maneiras de reportá-los através dos meios de comunicação.

O jornalismo possui o papel de oferecer ao público conteúdos de qualidade relevante para se tornarem notícia. O desafio atual é relacionar o modelo canônico dos meios de comunicação tradicionais à tecnologia digital que combinadas entre si formam narrativas híbridas. Uma das estratégias de transposição de conteúdo em multiplataformas é a narrativa transmídia.

A narrativa transmídia representa mais do que a passagem da era analógica para a digital. Cunhado por Jenkins (2008), o conceito faz parte da *Cultura da Convergência*, em que a sociedade estabelece diálogos com as informações transmitidas pelos meios de comunicação. Para Jenkins (2008), a lógica é a criação de um universo de narrativas que se expandem em multiplataformas, capazes de motivar e aprofundar as experiências dos usuários, ao trocar informações a partir da interação com outros especialistas na rede virtual.

Apesar de a narrativa transmídia surgir dentro dos universos ficcionais, os formatos jornalísticos, pouco a pouco, incorporam alguns elementos e recursos inovadores em seu conteúdo, respeitando a estética e a configuração discursiva característica de cada mídia. Segundo Cannito (2010), antes estática, agora a narrativa jornalística da era digital renasce e se expande com muita força, alterando, no tempo e espaço volúveis, o comportamento do indivíduo, ao mesmo tempo em que permitem a interatividade e o diálogo com outros especialistas no assunto.

É de acordo com esse cenário que tomamos como objeto de estudo dessa pesquisa o programa *TV Folha*, da Folha de São Paulo, veiculado nas plataformas televisiva e virtual. Trataremos de analisar a narrativa audiovisual do programa, seus elementos e sua estrutura narrativa própria, conforme os padrões e as limitações estéticas das plataformas em que se inserem. Nosso objetivo central é verificar como a narrativa audiovisual jornalística veiculada

no suporte televisivo, mas apropriada pela web, se apresenta, de modo a perceber a existência ou inexistência de recursos de uma narrativa transmidiática.

A realização desse trabalho justifica-se pela transformação no consumo das narrativas audiovisuais jornalísticas, dado que os consumidores estão mais exigentes e vão à procura de novas informações em multiplataformas (MASCARENHAS, 2012; SALAVERRÍA, 2008; LACALLE, 2010; KIELING, 2013, MURRAY, 2003). Além disso, outros estudos apontam para a importância da combinação do analógico com o digital para transformar os modelos canônicos dos telejornais, que em sua maioria não dialogam com outras plataformas (BECKER, 2009; COUTINHO, 2009; DUARTE 2000; SCOLARI, 2008; D'ANDRÉA, 2012; NOGUEIRA, 2005). Diante desse cenário, observamos que o programa *TV Folha* combina narrativas que se revezam entre o suporte televisivo e o ambiente virtual, modelo que já quebra a rigidez e o engessamento do formato clássico de telejornal. Em consonância com essas justificações trataremos de responder a seguinte questão: De que maneira a narrativa audiovisual em multiplataformas, do *TV Folha*, se apropria da estética transmídia para oferecer ao público uma nova experimentação narrativa?

Dessa forma, para tratar do tema, nos baseamos em estudos de autores, que dedicam suas pesquisas a convergência e as narrativas transmídia, como é o caso de Ramon Salaverría (2003), Denis Renó (2013), Carlos Scolari (2009), Vicente Gosciola (2011), Newton Cannito (2010) e Henry Jenkins (2008). No que tange ao estudo das características da estrutura narrativa incorporadas pela web e pelo suporte televisivo, utilizamos autores como Elizabeth Duarte (2009), Iluska Coutinho (2009) e Beatriz Becker (2009).

No primeiro capítulo iniciaremos descrevendo como se deu a evolução da televisão e da internet, que pelos processos de remediação avançam ao patamar atual da convergência digital. Em seguida, no segundo capítulo, discutiremos um pouco da história da narrativa e como ela se insere dentro dessa nova estética que é a narrativa transmídia. No último capítulo, apresentamos a descrição do objeto, a metodologia e o desenvolvimento da análise do programa *TV Folha*, para assim encerrarmos com as considerações finais.

CAPÍTULO 1 – OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E AS ALTERAÇÕES PROVOCADAS PELA INTERNET E PELA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

Nossa sociedade vive constantes transformações a nível tecnológico e comunicacional, em que novos meios se apropriam da linguagem de antigos suportes para se remodelarem. Esses processos surgem para atender as necessidades de comunidades imaginárias¹, antes determinadas pela solidez das relações sociais e por pequenas trocas de conhecimento.

Desde o surgimento da narrativa audiovisual, no século XIX, observamos sua adaptação para acompanhar as transformações tecnológicas. A linguagem audiovisual surgiu no cinema para unir imagem e áudio, a partir da captação de fragmentos editados. Na década de 1940, foi incorporada pela TV para atender as exigências do novo suporte, se apropriando de elementos do cinema e do rádio para montar uma estrutura coerente e contínua.

Essa evolução confirma que cada avanço tecnológico ampliou as potencialidades da linguagem audiovisual. O mesmo ocorreu com o surgimento das mídias digitais: hoje, elas se incorporam ao audiovisual e apresentam ao público um circuito interativo, antes limitado pela passividade do usuário e hoje possibilitado pela produção de narrativas colaborativas em multiplataformas.

1.1. A era do digital: o nascimento da Internet

Criada na década de 1960, durante a Guerra Fria por organizações militares norte-americanas, a internet surgiu para contribuir às estratégias comunicacionais, com vistas a ostentar tecnologia contra a União Soviética (CASTELLS, 2007). O seu advento transformou o fluxo informativo, resignificando as relações rígidas de ordem espacial e temporal. (LACALLE, 2010).

¹ Segundo Hall (2006) As identidades nacionais são comunidades imaginárias, ou seja, constroem discursos e sentidos característicos de uma cultura específica, capazes de unir passado e presente através das histórias que são transmitidas para as gerações posteriores. As diferenças entre os discursos de cada nação é justamente o modo como elas são imaginadas.

A internet ampliou as possibilidades do digital, em que cada informação é a combinação binária entre zeros e um. A transmissão de sinais permitiu acelerar o fluxo de informações e digitalizar áudio, vídeo, textos e outros recursos audiovisuais convergidos em uma plataforma. A sociedade passa então por uma comunicação global mediada pelo computador (CMC), que anos mais tarde vai transformar a cultura da internet, em mídia, propiciando uma rede interativa entre usuários e propagando o conteúdo multimídia.

Em 1989, a internet se transformou a partir da iniciativa de expandir seu conteúdo armazenado para o mercado, promovendo a sinergia entre grupos empresariais (CAMPOS, 2010). No aspecto social, a rede rompeu barreiras e modificou o contato entre usuários das comunidades virtuais, que já não se unem de acordo com o reconhecimento cultural, mas sim a partir de redes de conhecimento especializadas. É o caso do universo de fóruns, chats, blogs e até mesmo grupos de correios eletrônicos, que reúnem interessados, seja amadores e/ou especialistas, com afinidades em comum. Diferente das comunidades físicas em que os laços são sólidos e duradouros, a virtualidade gera relações efêmeras e frágeis, embora ofereçam apoio mútuo e informações técnicas.

De acordo com Campos (*op. cit.*), a World Wide Web, surge de uma rede de pesquisas científicas e acadêmicas que mais tarde desenvolve a linguagem HTML e a construção das primeiras páginas da web. Esse foi o primeiro passo para que a rede se popularizasse e ganhasse o conhecimento popular.

A década de 1990, conhecida como web 1.0, foi o boom dos chats de bate-papo, sites de entretenimento e os programas de mensagem instantânea. A dificuldade maior era o acesso lento aos portais de conteúdo, limitada pela internet discada e pelos recursos estéticos, que não usufruíam da capacidade multimídia dos vídeos, filmes e demais conteúdos audiovisuais. Devido à falta de conhecimento e de manejo nos códigos HTML, o comportamento do usuário ficava limitado ao de consumidor de conteúdo, o que de certa forma limitava sua atuação na produção e interatividade virtual.

O caráter pró-ativo dos usuários da rede e o interesse de grandes núcleos corporativos, midiáticos e de entretenimento proporcionaram a melhoria na linguagem da programação, facilidade de acesso e surgimento de outros softwares livres e colaborativos, readaptando o ambiente virtual e expandindo a capacidade de criação. É nesse momento que a internet abre oportunidades para os consumidores se tornarem também produtores.

No final dos anos 1990, os meios de comunicação tradicionais intuindo que estavam perdendo terreno para o universo virtual, começaram a apostar na integração entre os diversos suportes, pensando nos dois elementos essenciais: a interatividade e o universo multimídia.

Nos anos 2000, o pesquisador Tim O'Reilly já observava essa mudança de perto, em que “a web estava mais importante do que nunca, com instigantes novas aplicações e sites eclodindo com surpreendente regularidade” (O'REILLY *apud* CAMPOS, 2010, p. 542). Aí começava a era da web 2.0, na qual as empresas perderiam poder para uma internet com a cara do usuário, agregando possibilidades de personalização, conteúdo multimídia, coautoria e interatividade em redes de conhecimentos. As características básicas da web 2.0, segundo O'Reilly, passam pela inteligência coletiva, atualização instantânea, software livre, cultura do conhecimento, estrutura de fácil acesso, world wide web como plataforma e ampliação da base de dados.

Outro elemento importante da web 2.0 é a interatividade. Ela abre caminhos para fusão de uma rede de atores comunicacionais (MANOVICH *apud* RENÓ, 2012), a partir de usuários que realizam suas próprias escolhas, adicionam seus conhecimentos, compartilham e trocam informações na rede. Além disso, é uma etapa de livre escolha acerca dos caminhos a percorrer.

Lévy (1999) trabalha com a ideia da inteligência coletiva, em que cada usuário colabora de maneira significativa para a construção do conhecimento, adicionando novas informações e ampliando o diálogo sobre determinado assunto. Com isso, a probabilidade de encontrar especialistas nas redes sociais que compartilham os mesmos gostos que o de outro usuário é muito maior. Por isso a importância de utilizar fóruns, chats e atualmente, as redes sociais como uma maneira de construir laços virtuais de interesse em comum.

Na área do jornalismo, a profissão se tornou muito mais pautada pelo vínculo direto com o cidadão, rompendo a comunicação estímulo - resposta e apostando na atividade colaborativa do usuário. A partir da mudança na atividade jornalística, o leitor se torna também produtor e não apenas fonte de informação. A denominação “prosumers” - aquele que consome e produz conteúdo - de Alvin Toffler, de 1980, já passou por várias modificações desde 1969, com “produssumidor”, cunhada por Décio Pignatari em 2004 e mais recente, o “produser”, de Bruns Axel, em 2008. Todas se referem genericamente à capacidade do usuário de contribuir livremente na construção e adaptação do conteúdo no ambiente virtual, participando da construção do processo cognitivo (RENÓ, 2013).

Embora tímido, o recurso multimídia audiovisual conseguiu despertar o interesse para a questão da coautoria (RENÓ, 2011; JENKINS, 2008; MANOVICH, 2005; SALAVERRÍA, 2008; SCOLARI, 2008), ofertando possibilidades de criar novos conteúdos, a partir da justaposição dos elementos de som, imagem e texto (NEGROPONTE, 1995). O problema estava em oferecer conteúdos diversificados para o público segmentado, já que as corporações investiam no entretenimento e websites voltados para usuários genéricos e só mais tarde decidiram arriscar nos portais estilo revistas eletrônicas.

Esses portais potencialmente alavancaram o número de acessos e até hoje se expandem para oferecer serviços variados como blogs, notícias, chats, webTVs e entretenimento. Logo em seguida, surgiu no mercado os vídeos interativos *on demand*, onde o consumidor poderia assistir a vídeos de alta qualidade de acordo com seus interesses, a partir de um software e ferramentas especializadas.

De acordo com Renó e Júnior (2012), a comunidade do multimídia avançou muito na sociedade contemporânea, quando apostou pela fragmentação, compartilhamento, diversidade de conteúdos e possibilidades de interação face a face ou usufruindo dos meios de comunicação. A multimidialidade também se refere à produção de conteúdos híbridos especializados e a liberdade de consumo de produtos e suportes que melhor atendam os interesses do público- alvo, tal como aponta Pierre Lévy:

O termo multimídia é corretamente empregado quando, por exemplo, o lançamento de um filme dá lugar, simultaneamente, ao lançamento de um videogame, exibição de uma série de televisão, camisetas, brinquedos, etc. Neste caso estamos à frente de uma “estratégia multimídia”. (LEVY, 1999, p.65)

A multimídia se torna hipermídia quando o suporte é capaz de unir diversos elementos em que o usuário “navega enquanto interage” (PRIMO, 2007, p.33). Entretanto, segundo Scolari (2009), o conceito ao longo do tempo se perdeu quando foi utilizado, por exemplo, para designar uma explosão artística multimídia do artista Andy Warhol, enfraquecendo-o de conteúdo e abrindo espaço para a exploração generalizada do conceito.

1.2. A cultura da convergência

“Bem-vindo à cultura da convergência onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. Estas são palavras do autor Henry Jenkins (2008, p. 29), especialista em cultura da convergência e autor do livro de mesmo nome. Ele é o porta-voz nesse tema de transformações no ramo tecnológico com grandes impactos no âmbito social, cultural e econômico.

Para Jenkins (2008), novas mídias e novos formatos apontam para um câmbio de comportamento, que acontece dentro do cérebro de consumidores. Os meios de comunicação funcionam como mediadores de informações internalizadas pelos indivíduos e compartilhadas na vida social. Vivemos a convergência em nossa cultura, que muda à forma como a sociedade observa, identifica o mundo e interage no universo midiático:

Convergência: palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais de modo como às mídias circulam em nossa cultura. Algumas das ideias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdo através de vários suportes midiáticos, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento de mídias, e o comportamento migratório da audiência, que vai a quase qualquer lugar em busca de experiências de entretenimento que deseja. [...] Convergência aqui é entendida como um processo contínuo entre diferentes sistemas midiáticos, não uma relação fixa. (Jenkins, 2008, p.332-333)

Com a digitalização do conteúdo e confluências tecnológicas, a convergência tecnológica (SQUIRRA, 2005) chega lentamente e ganha espaço ao dialogar com outros instrumentos digitais. Ela permite a união dos conteúdos audiovisuais, a transformação do desempenho das narrativas e realização de trocas de informações em tempo real, rompendo barreiras entre mídias, conteúdo e suporte em si (BECKER, 2009).

Para Salaverría (2003), os meios de comunicação sofrem principalmente influência da convergência midiática, subdividida em quatro vertentes: tecnológica, empresarial, profissional e de conteúdo. O carro-chefe é a convergência tecnológica seguida da empresarial, ambas contaram com um avanço similar no decorrer das décadas. A primeira se refere à lógica produtiva inovadora e a segunda nos remete ao uso das empresas de comunicação, dos diversos canais de informação para expandir seus produtos; a profissional é a capacidade, do jornalista “multiuso” de agregar tarefas para diversas plataformas e a convergência de conteúdo, em fase de crescimento, se refere ao uso de linguagens híbridas que percorrem as narrativas de diferentes suportes.

As redações convergidas e o enxugamento do número de jornalistas revelam que o profissional exigido pelo mercado atual não se adéqua ao perfil tradicional. São agora polivalentes e multimídia, que realizam o serviço de maneira instantânea, e ao mesmo tempo apurando a notícia para agregá-la a diversos suportes, respeitando a estética de cada um. “(...) los contenidos multimedia que hoy caracterizan a las formas más vanguardistas del periodismo son, en el fondo, una amalgama de los lenguajes explorados durante el siglo XX por los medios impresos y audiovisuales”² (SALAVERRÍA, 2008, p.32).

À medida que o fluxo de conteúdos convergentes aumenta, coloca em voga a qualidade do produto jornalístico e a veracidade das informações, que agora exigem muito mais técnica e instantaneidade para cumprir todo serviço dentro do *deadline*. A arte de fazer jornalismo manteve durante muito tempo suas bases na imprensa escrita, hoje se estabelece no circuito convergente reforçando a importância de se manter a credibilidade e interesse público, participando e representando a sociedade em que se insere (KARAM, 2010).

As redações também devem disponibilizar infraestrutura necessária para que o trabalho multimídia seja possível. Uma dessas ferramentas, segundo Salaverría (2008) é o sistema de gestão de conteúdo (CMS) que une em apenas um software ferramentas de edição, documentação, publicação, etc. facilitando o trabalho composto por inúmeros meios e modificando os sistemas de elaboração, busca e difusão do conteúdo.

No jornalismo, a era da convergência propõe criatividade e inovação justamente porque a hipertextualidade naturalmente produz conteúdos abertos e colaborativos (CANAVILHAS, *apud* BECKER, 2009). As plataformas digitais também mudaram o acesso às narrativas que agora se encontram diante das possibilidades da interatividade, se readaptando para acompanhar a estética híbrida das novas mídias gerando também novas formas de comunicação. O conteúdo dentro do universo da convergência se apresenta de maneira peculiar, remodelando e expandindo o conhecimento sobre determinado tema em múltiplos textos.

A convergência digital facilita o acesso à produção de conteúdos midiáticos e explora novas formas de divulgação da marca, abrindo margem para o lucro no setor de produtos antes não valorizados (CANNITO, 2010). Isso dependerá da perspectiva sinérgica de cada

² Tradução própria: “(...) os conteúdos multimídia que hoje caracterizam as formas mais vanguardistas do jornalismo são, no fundo, um amálgama das linguagens exploradas durante o século XX pelos meios impressos e audiovisuais” (SALAVERRÍA, 2008, p.32).

empresa, embora algumas corporações estejam com medo de arriscar devido à dificuldade de acordos entre núcleos que disputam o mercado, o cenário que se vê é o rompimento de fusões empresariais (SCOLARI, 2009).

Nos meios de comunicação, ganha destaque a TV digital, isso porque Murray define que a plataforma apresentará caráter enciclopédico³ (MURRAY *apud* JENKINS, 2008). O suporte, em sua fase digital, poderá arquivar e memorizar conteúdos em uma base de dados, reformulando a estrutura narrativa e a busca de informações pelo usuário. Esse novo protocolo promete transformar a experiência de ver TV, já que muito se fala nas principais características da TV digital: multiprogramação, armazenamento em data base, interação com outros usuários em um único suporte, pausar conteúdo ou assisti-lo quando bem desejar.

Assim, a relação entre mídia televisiva e consumidor tende a mudar, pois a personalização e a interatividade estarão ao alcance do telespectador a partir de inúmeras ferramentas. Sem embargo, continuarão existindo consumidores passivos e grandes veículos de comunicação de massa. Por outro lado, o novo modelo de negócio exigirá estratégias de acordo com a segmentação da audiência, como o surgimento de novos canais e novos programas (CANNITO, 2010).

Jenkins (2008) chama a estratégia de negócio de economia afetiva, baseada na relação mais próxima e duradoura entre instituições midiáticas e consumidores. Ao invés de apenas “empurrar” o produto, o veículo constrói laços multiplataforma, convidando o usuário para participar de redes sociais e fóruns de debates da franquia, ressaltando o viés social. Uma nova mudança exigida pela segmentação serão os comerciais que darão lugar ao merchandising televisivo.

A lógica de produção da televisão ainda não consegue acompanhar a da web devido às limitações tecnológicas e incapacidade do mercado de explorar todas as potencialidades da TV digital. A televisão apesar de ganhar na qualidade da imagem digital, ainda segue dentro de uma narrativa de fluxo com pouca interatividade, diferente da web que é capaz de armazenar informações unindo uma rede de computadores a um sistema de base de dados. Enquanto as novidades não chegam ao cenário nacional, a estratégia das empresas de

³ Segundo Janet Murray (2003), o caráter enciclopédico é uma das características da web, definida como a possibilidade da rede de computadores e servidores de arquivar dados e aumentar o número de conteúdos, possibilitando mais interatividade e personalização da mensagem pelo usuário. A partir do momento que a televisão atingir todas suas possibilidades do digital, o suporte irá incorporar essas características abandonando o modelo de fluxo.

comunicação está centrada, principalmente, na produção de programas televisivos no ambiente digital, como é o caso que veremos a seguir, dos *webjornais*.

1.2.1 Webjornais: o telejornal para o suporte virtual

Os *webjornais* começaram a ser produzidos a partir da terceira fase do webjornalismo⁴, nos anos 1990. Essa fase é marcada pela presença de conteúdos audiovisuais baseados nos produtos multimídia com áudio, texto e vídeo, direcionados para web. Eles permitiam a integração de dois suportes através do envio de sinais da televisão e da linha telefônica para a internet, possibilitando a transmissão de informações em tempo real. Hoje, os sinais são digitalizados por um software, que transmitem dados para um servidor conectado à internet.

O telejornal é definido por Machado (2003, p.104) como o “lugar onde se dão os atos da enunciação a respeito dos eventos”. Quando sua plataforma de circulação é a web inúmeras possibilidades surgem para a estrutura desse gênero. No geral, os *webjornais* apresentam conteúdo colaborativo e vídeos amadores de usuários que flagram momentos que a própria equipe jornalística não conseguiu captar. Em outros momentos, os próprios jornais se utilizam de plataformas independentes de vídeo, como o *Youtube* ou se associam a outros sites para expandirem o fluxo de informação.

Além da noção de atualidade, as notícias na web devem seguir uma periodicidade e atratividade, inovando a partir de investimentos multimídia que despertem atenção do usuário para o novo, que só determinado canal de *webjornal* é capaz de oferecer. As grandes empresas jornalísticas que investem nesse formato tendem a ganhar pela notoriedade e credibilidade informacional a frente de um veículo ainda em ascensão.

As webTVs se centralizam no cenário da convergência e inovam ao trazerem canais que trabalham com público alvo específico e desafiam as corporações midiáticas a se modificarem. Além disso, o surgimento desse formato forçou uma mudança estrutural na

⁴ Segundo Barbosa (2005) o webjornalismo é dividido em três fases: a primeira geração é a da transposição de conteúdos que compõe os elementos de textos e fotos; a segunda geração é a da metáfora, onde surgem hipertextos, infográficos e novas maneiras de interatividade características da web como os emails, chats, etc; a terceira geração dá origem à fase do webjornalismo audiovisual, em que conteúdos multimídia são feitos exclusivamente para web.

produção jornalística, exigindo: integração das redações jornalísticas antes agrupadas em canais de informação; profissionais polivalente, atentos às ferramentas multimídia e a estrutura narrativa específica de cada meio; conteúdos exclusivos que despertem a atenção do usuário e possibilidades de colaboração. Tudo isso aliado a uma equipe especializada que elabore um projeto editorial criativo e original (D'ANDRÉA, 2012), que saia do padrão telejornalístico baseado no rigor formal e distanciamento com o público.

1.3. A remediação dos velhos e novos meios

Bolter e Grusin (2000) autores da teoria da remediação, trabalham com a ideia de contaminação dos novos e velhos meios que se “remediam” e apresentam características em comum. Para os pesquisadores, os novos meios nunca extinguem os velhos, mas sim recuperam elementos anteriores para formarem novos produtos e vice-versa.

No caso midiático, a internet surgiu de características dos meios de comunicação tradicionais, como a imagem da tela da televisão e a oralidade do rádio. Observamos que a web forçou aos meios antigos a criarem: o rádio se atualizou com o *podcasting*, o telefone inovou com os chats e as revistas disponibilizaram blogs e *feeds* de notícias. À medida que a web remedia, ela também é remediada pelas mídias antecessoras. Essa lógica forma um circuito localizando no centro a web e ao redor os outros meios de comunicação anteriores a sua criação (SCOLARI, 2009).

A teoria da remediação é adaptada das ideias de Mcluhan, em que o meio é a mensagem e o conteúdo é sempre alterado pelo surgimento das novas tecnologias. Além disso, o autor acreditava que o conteúdo do meio é o outro meio “o conteúdo da escrita é a fala, a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e os usuários desses meios sofrem consequências psicológicas e sociais pelos usos” (MCLUHAN *apud* CAMPOS, 2010, p. 454). As integrações entre os meios é um processo de “verdade e revelação” que são essenciais para a construção do novo formato (MCLUHAN *apud* MASCARENHAS, 2012).

O conceito de remediação é dividido em duas vertentes: hipermediação (opacidade) e imediação (transparência). No primeiro caso, a hipermediação ocorre quando o suporte fica visível aos olhos do usuário provocando um distanciamento com o conteúdo. Nesse caso temos a web, com suas inúmeras janelas que vão se abrindo de acordo com os interesses do

usuário. A televisão também é considerada uma grande tela fragmentada de inúmeros canais e programas televisivos, que estimula nossos sentidos de audição e visão.

Mcluhan (2002) considera a TV um “meio frio”, já que não consegue fornecer quantidade suficiente de informações como faz o cinema ou a imprensa escrita, exigindo atenção redobrada do telespectador e evidenciando seus inúmeros sujeitos e enunciadores. Já a imediação ocorre quando um conteúdo desperta tanto o interesse que o meio se torna transparente e desaparece aos olhos do usuário, como se não houvesse mediação. Entretanto, não se pode descartar que, sem o meio, o processo de transparência não seria possível.

A web, embora seja conhecida como um meio opaco pode também se tornar transparente, quando os recursos do hipertexto possibilitam transformar a percepção e chamar a atenção a partir de mensagens que estabeleçam um vínculo forte com o usuário. “La vivacid de la web es una versión actualizada de la vivacidad de la televisión tradicional”⁵ (BOLTER *apud* SCOLARI, 2009, p.50). Para atingir a transparência, os autores apostam no conceito de realidade mista. A proposta é unir realidade com virtualidade, possíveis na era digital, principalmente com a facilidade de recursos multimídia que unem linguagens híbridas, de som, áudio e texto, em um único suporte a ser usufruído pelo usuário.

Segundo os autores da teoria da remediação, a questão da opacidade ou da transparência nada mais é do que a busca dos usuários por conteúdos identificados de acordo com gostos e desejos individuais. A cultura local quer multiplicar os meios ao mesmo tempo em que pretende desmascará-los (*op. cit.*).

A hipermediação e os meios transparentes são manifestações opostas do mesmo desejo: o desejo de romper os limites da representação para alcançar o real [...] A hipermediação busca o real multiplicando a mediação com intuito de criar uma sensação de plenitude, a saciedade da experiência, os quais podem ser tomados por realidade. (BOLTER e GRUSIN *apud* MASCARENHAS, 2012, p.125)

Na era da convergência, temos a remediação de conteúdos de três suportes principais que se integram: o telefone, a televisão e o computador. Este último se refere à capacidade de remediar diversos outros meios ajustando-os de acordo com sua estética e linguagens próprias, trabalhando para que o conteúdo final apresente características únicas. Assim, novas

⁵ Tradução própria: “A vivacidade da web é uma versão atualizada da vivacidade da televisão tradicional.” (BOLTER *apud* SCOLARI, 2009, p.50).

mídias sempre estarão integradas as antigas, pois oferece o caráter de constante renovação e novos usos (CANAVILHAS, 2012).

A teoria da remediação contempla o elemento fundamental da estética da convergência midiática: a narrativa transmídia. A criação de um universo temático passa por duas ou mais mídias e induz o usuário a percorrer os diversos meios, explorando o que cada um tem de melhor, a fim de construir narrativas que extrapolam a história principal. No jornalismo, as reportagens e notícias partem do real para criar um circuito de notícias que necessita da participação do usuário para criar a rede do conhecimento, mas isso dependerá do seu envolvimento com o conteúdo a partir das lógicas de opacidade e transparência (JENKINS, 2008).

Mais do que verificar as etapas de avanço tecnológico é necessário observar como os sistemas de significações se distribuem nessa confluência de suportes e entender que a credibilidade e veracidade dos fatos narrados no jornalismo são mais importantes que somente a implantação de recursos multimídias. Eles são importantes e funcionam como elementos didáticos que nos auxiliam na compreensão de determinado fato, mas não podemos descartar a qualidade do texto jornalístico como premissa para que a evolução digital seja feita completamente. Isso irá depender do acesso à informação e a facilidade para se navegar nesse “mar de confluências” chamado convergência.

CAPÍTULO 2 – DAS NARRATIVAS TRADICIONAIS À NARRATIVA TRANSMÍDIA: O CONTEÚDO NA ERA DA CONVERGÊNCIA

O ato de narrar vem da necessidade de comunicação, de contar histórias reais ou imaginárias, de modo que a cultura não se perca entre as inúmeras gerações. A narrativa está presente nos livros, na televisão, na internet, no cinema, nos *comics* e nas séries. O surgimento da narrativa está relacionado à epopeia, o poder de imitar histórias dramáticas ligadas à arte e literatura. Segundo Aristóteles, que nos deixou registrado em, *A Poética*, a narrativa é uma ação de começo, meio e fim, demarcada por acontecimentos passados ou criados por meio de um argumento seja ele escrito, sonoro ou visual (KEILING, 2012).

No século XX, pesquisadores como Roland Barthes e Claude Bremond se debruçaram sobre a narrativa e inseriram-na em outras áreas de estudo como a semiótica, psicanálise, historiografia e a narratologia. Esta última se configura como uma disciplina, que enxerga as narrativas em diversos contextos culturais, que se propagam por meio daqueles que transmitem e contam histórias.

2.1. A narrativa jornalística

No final do século XX, a narratologia se desprende da literatura e se aproxima dos estudos de cunho interdisciplinar e transdisciplinar, contribuindo inclusive para produção da narrativa jornalística em diversos suportes. “Uma aproximação entre linguagem narrativa e discurso jornalístico só poderá gerar bons resultados, uma vez que (...) o trabalho dos jornalistas gira em torno da produção de narrativas, tendo a realidade factual como referente”. (ARAÚJO, 2011, p.5).

Enquanto a literatura prioriza a subjetividade narrativa, a fim de despertar sentimentos no leitor, no jornalismo ela está centrada na objetividade e no cuidado em reportar a realidade social. O papel do jornalismo é promover o debate que preserve os valores éticos e acompanhem a veracidade, credibilidade e transparência dos fatos.

Os produtos jornalísticos se apropriam das diversas formas de narrar. Entre seus diversos gêneros os mais recorrentes são a notícia e a reportagem. Ambos possuem como enfoque transmitir ao público uma série de informações relevantes determinadas pelo espaço e tempo dos acontecimentos. Entretanto se diferem quanto à estrutura. A notícia no impresso está caracterizada pela informação breve e atual demarcada pelo lead e pela pirâmide invertida⁶.

Já a reportagem é uma das mais importantes formas de se reportar ao público informações com profundidade, que exijam um pouco mais tempo de apuração e pesquisa jornalística. Deve-se primar por uma narrativa acessível, que capte atenção do leitor, unindo objetividade e marcas de subjetividade. Principalmente por ser uma narrativa mais longa, exige ao jornalista um trabalho de seleção e interpretação dos fatos de maneira mais completa possível. A estrutura fixa do lead na reportagem muitas vezes é abandonada pelo jornalista que prefere ter a liberdade de criar um estilo próprio, tecendo em alguns momentos comentários sobre o fato narrado.

2.2. A narrativa jornalística na televisão

O telejornal brasileiro é a reprodução do modelo norte-americano, em que a construção narrativa dialoga com o contexto social, econômico e histórico que vai se adaptando ao longo dos anos a partir das evoluções tecnológicas. Os telejornais de formato tradicional estão centrados na figura rígida dos apresentadores, que além de não dialogarem entre si, usufruem de uma linguagem limitada ao *teleprompter*, ignorando as inúmeras possibilidades de improvisação e inserção de comentários especializados.

A estrutura canônica dos telejornais resulta de um conjunto de procedimentos que envolvem apuração, produção e apresentação da reportagem como produto final. A estrutura geralmente é dividida em off, sonora e passagem. O off é o momento em que o repórter narra as informações em estúdio para cobrir as imagens dos acontecimentos; a sonora é o

⁶ A pirâmide invertida é a estrutura canônica da narrativa jornalística no impresso. Ela se divide nas informações mais importantes contidas no lead, que responde cinco perguntas (o quê, quem, onde, quando, porque) seguidas pelo corpo do texto com informações secundárias e de menos interesse.

depoimento dos entrevistados e a passagem é o instante em que o repórter aparece no cenário do ocorrido, relatando quando necessário, informações que não foram ditas no off.

Cada texto jornalístico exige um determinado enquadramento. Ao ouvirem a voz popular dos manifestantes que lutam e vão às ruas para exigir seus direitos básicos, os noticiários se aproximam dos telespectadores. Entretanto, os telejornais geralmente enfocam tratamentos diferenciados e tendenciosos. Para que isso não seja corrente, a narrativa deve se desdobrar entre as transformações sociais, se deslocando entre passado e o presente e acompanhando o avanço tecnológico. Humberto Eco destaca justamente a capacidade de aliar as habilidades técnicas das plataformas ao ato de leitura que serão reconhecidos pelo leitor. “Prever o próprio leitor-modelo não significa somente esperar que exista, mas significa também mover o texto de modo a construí-lo (ECO *apud* BENETTI *et al*, 2011, p.208).

Embora os telejornais imprimam uma marca, presente no espaço das redações e no próprio circuito onde é produzida a notícia, o formato também busca estratégias que surtam efeito de continuidade entre o espaço do estúdio e a rua, aumentando a proximidade entre fato e a enunciação da notícia. Esse é um tipo de combinatório tonal⁷ (DUARTE, 2009) que tende a garantir a autenticidade, credibilidade do jornal e favorecer a consolidação do jornalismo cada vez mais próximo do público.

A estrutura narrativa da televisão também é peculiar ao organizar a mensagem a partir de fragmentos dispersivos que se assemelham a técnica de *collage*, mais tarde incorporada pelo hipertexto (MACHADO, 2003). O *break comercial* é outro elemento que possibilita uma descentralização da mensagem, garante um tom de suspense das reportagens e estrategicamente prendem a atenção do telespectador.

2.3. As mudanças na narrativa jornalística com o advento da internet e da convergência

Com o advento das inovações tecnológicas e da convergência digital muito se falou no desaparecimento das narrativas como forma de contar histórias. Essa ideia vigorou devido à dificuldade de se interpretar e articular as informações fragmentadas e dispersas em inúmeras

⁷ Combinatório de tons segundo Duarte (2009) é o modo como o formato televisivo se expressa para o público a partir de um conjunto de elementos próprios do gênero, desde a postura do enunciador, o tempo, espaço e a estrutura narrativa, até a incorporação de novos elementos, que marcarão a identidade do telejornal.

plataformas digitais. Soma-se a isso a escassez de profissionais multimídias com uma ampla visão de mundo em meio à fragmentação dos formatos noticiosos. Entretanto, esse paradigma não perdurou muito, pois a narrativa se expande na convergência digital possibilitando ao texto ser consumido e produzido de maneira diferente em cada suporte. O digital ainda conecta e aproxima as diversas histórias, além de possibilitar a criação de outras estruturas narrativas. Elas agregam formatos e linguagens híbridos nas plataformas, gerando um universo da busca pelo significado que dialoga com a sociedade contemporânea.

Essa mudança reformulou as redações dos meios de comunicação que se adequam estrategicamente aos “profissionais multiusos” da web, jornal impresso e televisão. O *deadline* apesar de mais curto faz os profissionais analisar e pensar na qualidade técnica da mensagem, para além dos aspectos quantitativos (BECKER, 2012).

A imprensa e posteriormente a internet possibilitaram uma transformação da narrativa à medida que novas ferramentas e base de dados foram surgindo e se expandindo. Dessa forma, tudo o que é dito e firmado na web tem grandes possibilidades de ser armazenado na rede, principalmente após a consolidação, nos anos de 1990, das narrativas audiovisuais no ambiente interativo. “En el caso de la narrativa, no importa tanto que sea verdad sino que sea *verosímil*. Un relato creíble. Las narrativas nos rodean, pero también deambulan por los recovecos de nuestra mente” (SCOLARI, 2013, p.17)⁸.

A convergência midiática impõe um novo ato de narrar. A internet como propagadora das informações, permite trabalhar as narrativas audiovisuais jornalísticas de forma híbrida, revelando sua complexidade e permitindo criar novos gêneros discursivos. Esse novo universo construído é fundamentado pela veracidade dos fatos que o fazem legítimo, representando a sociedade por meio de narrativas consistentes. No caso dos programas jornalísticos, a narrativa está presente no processo de estruturação da notícia (COUTINHO *apud* COUTINHO, 2009, p.120), conduzidas por enunciadores que tendem a dialogar com todas as camadas da sociedade em questão.

A organização textual criada no ambiente virtual permite uma navegação mais leve entre os conteúdos, possibilitando descobrir novos temas que se encaixam entre si de acordo com os caminhos proporcionados pela estrutura do site, por vezes limitada. O ciberespaço

⁸Tradução própria: “No caso da narrativa, não importa tanto que seja verdade, mas sim que seja verossímil. Um relato crédulo. As narrativas nos rodeiam, mas também perambulam entre os esconderijos de nossa mente” (SCOLARI, 2013, p.17).

também impulsiona os usuários para a arte da criação de novas ferramentas e aplicativos atraentes que os façam sentir “mais bem servidos” no ambiente virtual.

Não faz muito tempo a televisão e os jornais impressos perceberam que estavam perdendo público para a realidade virtual e iniciaram a mudança a partir da reestruturação de suas redações e seus conteúdos. Ainda existe e continuará existindo leitores de impresso, mas nada impede ao mesmo leitor visualizar o jornal em um *tablet* enquanto toma o café da manhã. A diferença está nas linguagens híbridas, pois o digital permite novas experimentações, que vão desde a hipertextualidade e os recursos gráficos animados. Ao mesmo tempo em que o leitor está absorvendo o conteúdo textual, ele assimila melhor a linguagem associada também ao visual, dos infográficos e dos *slideshows*.

O jornalista que escreve a matéria, por sua vez, tem um *feedback* muito mais rápido ao oferecer ao usuário-leitor ferramentas de interação, como os comentários e o compartilhamento nas redes sociais. Assim, é mais fácil fidelizar o público e não deixar que ele se perca entre as mídias tradicionais e a internet. Essa transformação, no entanto, é lenta e gradual e exige uma readaptação das ferramentas pelos usuários, que devem estar dispostos a seguir esses novos comportamentos.

Neste novo cenário, o público passa a ser a figura central no “horizonte representativo” das mensagens veiculadas, principalmente porque o aumento econômico da classe média brasileira forçaram os programas, principalmente jornalísticos, a se reformularem dentro da grade da programação. Essa mudança no cenário social propõe uma modificação nos valores de se fazer jornalismo. A mensagem em primeiro lugar deve primar pela credibilidade e transparência, apresentando fontes que representem esse público alvo.

Na internet ou no suporte televisivo, as narrativas jornalísticas, em especial os telenoticiários, se utilizam de estratégias narrativas semelhantes, mas pautadas pela estética de cada meio. Observamos o caso das webTVs, que geralmente são produzidas e dirigidas por portais jornalísticos ou de entretenimento. Elas apresentam um fluxo multidirecional caracterizado pelas possibilidades do digital ao se navegar pelas malhas do hipertexto, enquanto se assiste ao programa e interage com outros participantes. Elementos como velocidade, instantaneidade e simultaneidade associadas à ubiquidade transformam e continuam cambiando nosso olhar para o jornalismo no ambiente digital.

As narrativas jornalísticas audiovisuais, tanto na TV, quanto na internet, nos referimos como práticas de jornalismo audiovisual porque ao identificar transformações nas narrativas dos telejornais e apontar características discursivas do webjornalismo audiovisual observamos que essas distintas narrativas têm sofrido influências mútuas e passam por um processo de hibridização mediado pelas tecnologias digitais (BECKER, 2009, p. 237).

É importante ressaltar, que as webTVs importam as características da estrutura narrativa audiovisual adicionando os elementos do formato de notícia na web (NOGUEIRA, 2005). No virtual a noção de instantaneidade se aproxima cada vez que as informações giram em torno da “noção de tempo real” (FERREIRA, 2008). O ao vivo e a sensação do acesso a notícias em primeira mão parte de uma estratégia comunicacional em que os usuários e os jornalistas estão interagindo simultaneamente, elaborando assim a notícia de maneira conjunta. A hipertextualidade também oferece um rearranjo das informações que são navegadas de acordo com os interesses do usuário. É uma maior liberdade de escolha e capacidade de personalização da informação.

Becker (2005) acredita que esse formato pode ser ainda mais persuasivo, pois as informações locais se estendem para uma audiência global, onde qualquer usuário pode ter acesso ao conteúdo, desde que este não seja limitado. A pesquisadora completa que o discurso deve construir uma diversidade de imagens que confira credibilidade, juntamente com um texto enunciado por uma voz familiar, reconhecida pelos usuários no processo de “compreensão de mundo” (BECKER *apud* COUTINHO, 2009, p.119).

A ubiquidade presente no ato de assistir as webTVs confere ao jornalismo uma aproximação social com os usuários que se localizam estrategicamente longe do território de origem. Esse sistema de assistir televisão pela internet estimula o contato e o vínculo entre um determinado grupo de cidadãos que se identificam com as mensagens transmitidas pela instituição jornalística.

Algumas webTVs universitárias são muito importantes por inovarem e estabelecerem um novo modo de se fazer jornalismo, quando a teoria da sala de aula se desloca para a prática jornalística. É o caso da webTV da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) iniciativa do departamento de comunicação da universidade, que contempla a divulgação das atividades institucionais dos alunos e docentes, além de debates de interesse público.

Além disso, esse formato permite aos grandes veículos de comunicação de massa inovar em suas reportagens, trazendo conteúdos mais específicos e trabalhados a partir do

diálogo com outras fontes do conhecimento e com os próprios usuários, que compartilharão da mensagem transmitida nas redes sociais e na interação do dia-a-dia.

A vocação da webTV é basicamente a informação. Os conteúdos e formatos são produzidos com características narrativas ainda bastante próximos das enunciações do telejornalismo. Porém, fazer e participar de uma equipe de webTV [...] consiste em uma experiência relevante para conhecer os códigos audiovisuais, as técnicas de gravação e edição (BECKER, 2012, p.245)

2.4. A narrativa transmídia

Considerada o símbolo da convergência de mídia, o conceito de narrativa transmídia ganha popularidade no cenário atual. A narrativa transmídia de acordo com Jenkins (2008, p.49) é a “arte da criação de um universo”, “uma nova estética” que se estende para outras mídias captando o que há de melhor em cada uma delas:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, 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 [...] Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa [...] A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo (JENKINS, 2008, p.138).

A lógica da narrativa transmídia se desenvolve a partir de um texto base que se ramifica em direção a outras mídias e se expande para construir novas informações e estruturas narrativas coesas entre si (RENÓ, 2012). O conceito também é considerado por Jenkins uma grande enciclopédia da mídia digital (MURRAY, 2003), pois permite novos conteúdos e uma riqueza de detalhes que darão forma a novas narrativas, somadas a busca e inserção de informações pelos usuários.

É importante que os textos estejam interconectados para fazerem algum sentido dentro da rede de conhecimento e permitirem a mobilidade do usuário entre suportes. Destacamos alguns elementos que são característicos das narrativas transmídia adaptados de leituras dos autores: Scolari (2013), Gosciola (2011), Jenkins (2008) e Souza (2011):

Quadro 1 - Características das narrativas transmídias

CARACTERÍSTICAS	DESCRIÇÃO
Participação do usuário	As narrativas transmídia exigem a participação de uma rede coletiva de usuários-consumidores que se juntam a outros indivíduos para trocar experiências e ampliar o conteúdo da narrativa principal, é o que Jenkins (2008) chama de cultura participativa. A intenção é conectar os fragmentos das histórias dissipados em inúmeros suportes, a partir da atuação de usuários fiéis à narrativa, que compartilham novas informações e criam novos conteúdos.
Narrativa expandida	Para que a narrativa se expanda é necessário o acesso do usuário a multiplataformas. A conexão entre os diversos fragmentos proporcionará ao usuário o senso de continuidade a toda franquia. Dessa forma, o tempo e a energia desperdiçados pelos participantes na busca pela informação, fará todo sentido à imersão ao universo ficcional, com grandes chances de se expandir para o mundo real.
Universo transmídia	Compreende a toda construção de um universo mutável. A noção de espaço e de tempo é modificada pela exploração da narrativa a partir de novos elementos e personagens que adquirem vida própria. No caso das narrativas transmídias jornalísticas, a atualização constante e a participação crítica do usuário nos fóruns de debate, chats, blogs e redes sociais fortalecem a ampliação da rede de conhecimento.
Subjetividade	A subjetividade está conectada as histórias secundárias, que evidenciam novas experiências narrativas e propõe novas perspectivas aos personagens.
Dispositivos tecnológicos	As novas ferramentas móveis tais como: <i>tablets</i> , celulares, <i>smartphones</i> e outros, facilitam o acesso à narrativa e expandem a sensação de ubiquidade.
Interconexão	Está ligada a capacidade de conectar as partes com o todo da história, conectado os fragmentos de forma coesa, capaz de

	despertar o interesse do participante.
Estratégia de mercado	As narrativas transmídia partem de uma estratégia de mercado pós - massiva intitulada por alguns autores de <i>viral</i> ou <i>spreadable</i> . A economia afetiva, cunhada por Jenkins é entendida como a capacidade de criar laços estreitos com os participantes, que partem das redes sociais, para contribuir na expansão da marca.

Embora o surgimento de narrativas transmídia se deva ao entretenimento, os meios de comunicação podem sim desenvolvê-las de forma que a mensagem em cada suporte contribua para a expansão da narrativa e promova o diálogo em rede. A maximização dos recursos do impresso, rádio, televisão e internet passam a atuar juntos e as mensagens narradas em conjunto são legitimadas e ganham maior valor entre aqueles que a compartilham.

A notícia já não é mais exclusividade dos eixos midiáticos, pois ganha força entre os consumidores por meio da colaboração mútua de inúmeras janelas que se abrem, fecham e percorrem os inúmeros caminhos entre mídias, caracterizando o processo de hipermediação. Ao mesmo tempo, a criação de universos se desenvolve em ambientes tão reais, que o meio fica relegado ao segundo plano. A qualidade do conteúdo dependerá das estratégias e dos recursos multimídia empregados para que a inovação se faça presente, estimulando os sujeitos a participarem e se identificarem com a mensagem transmitida. Segundo Becker (2009), essas mudanças são fundamentais, pois possibilitam um avanço no formato jornalístico audiovisual, misturando gêneros e abrindo leque maior para inserção de novas narrativas transmídia.

A narrativa tem a força de criar histórias novas, vale ressaltar que não são histórias adaptadas, mas sim um novo universo em criação, que dependem muito da cultura participativa dos usuários para assim reforçar a marca e dar abertura a formação de estruturas narrativas. Muitas vezes o produto ou conteúdo é tão conhecido entre o público que não se faz necessário rerepresentá-los, já que a marca dialoga com o usuário.

Na ficção em 2004, a série americana *Lost* se desenvolve após sobreviventes, da queda de um avião, acordarem em uma ilha perdida no meio do oceano Pacífico. Desde a primeira até a sexta temporada, a série conta com *flashbacks*, que indicam importantes rastros para a compreensão da narrativa. O formato transformou o modo de ver televisão, após os produtores verificarem um movimento de fãs nas redes sociais, ávidos por descobrirem mais

segredos da trama. Os produtores não hesitaram e investiram em um universo transmídia, com a inserção de novos elementos que ajudavam a desvendar os mistérios. Para além dos espectadores da TV, os fãs apaixonados começaram a consumir e participar da trama buscando em outros meios, novas experiências narrativas que se somassem à principal.

Durante os seis anos da série, sites de realidade alternativa (ARG⁹) foram criados para desvendar as pistas deixadas pela trama. Novos laços afetivos com os fãs foram construídos a partir da expansão narrativa em livros, jogos e episódios em dispositivos móveis. Já os usuários construíram de forma colaborativa uma enciclopédia virtual em diversas línguas, chamada *Lostpedia*¹⁰. Disponibilizando verbetes da série, o objetivo era montar uma sequência narrativa própria e descobrir de maneira lógica os mistérios que giravam em torno dos personagens.

Já no âmbito jornalístico, um exemplo transmídia ocorreu no dia 2 de maio de 2011, quando um usuário e blogueiro de “*Really Virtual - Life in Pakistan*¹¹”, do Paquistão, chamado Sohaib Athar tuitou em sua página no Twitter, as seguintes mensagens, após verificar helicópteros sobrevoando sua vizinhança: “Helicóptero sobrevoando Abbottabad a 1 AM (é um acontecimento raro)”, “Uma tremenda explosão sacudindo a janela. Espero que não seja o começo de algo desagradável :-S”. (MASCARENHAS, 2012). Só depois do pronunciamento do então Secretário de Defesa dos Estados Unidos, Keith Urban, que o suposto usuário teve o conhecimento sobre o que está se passando bem perto de sua residência: era o fim da caça, por meio de uma operação militar dos Estados Unidos ao maior terrorista de todos os tempos, Osama Bin Laden. Não demorou muito para que a imprensa americana utilizasse das práticas transmídia para publicar novos detalhes sobre a operação, comprovando sua veracidade.

Esse caso ilustra bem como a experiência transmídia jornalística pode garantir a participação do cidadão, favorecendo o fortalecimento do jornalismo social e a troca de informações importantes entre fontes oficiais e mídias tradicionais. Ademais de a narrativa partir de um fragmento no *Twitter* e se expandir para mídias massivas e pós-massivas, o usuário tem a possibilidade de interagir com fontes oficiais. Isso comprova que, as redes

⁹ ARG (alternative reality game) é um jogo de ficção e de histórias reais que se sustentam no universo real e virtual e permitem que a estrutura narrativa se encaixe em diversas mídias.

¹⁰ Disponível em: http://pt.lostpedia.wikia.com/wiki/Pagina_Principal. Acesso em: 15 jul. 2013.

¹¹ Disponível em: <http://www.reallyvirtual.com/>. Acesso em: 15 abr. 2013

sociais transformam o modo de contar histórias do mesmo modo que aproximam o público dos grandes meios de comunicação.

O conceito de narrativas transmídia inúmeras vezes é confundido ou utilizado como sinônimo de *cross-media*. Mesmo que pareçam idênticos e partem de uma produção integrada eles trazem diferenciações fundamentais. Enquanto a narrativa transmídia cria novas estruturas narrativas a ser desvendadas pelos usuários, o *cross-media* é uma estratégia comunicacional e apenas distribui o conteúdo, seja ele ficcional ou real, nas multiplataformas (RENÓ, 2013). O jornalismo, por exemplo, é *cross-media* por sua natureza, mas nem todos os conteúdos conseguem explorar as possibilidades transmídia.

A narrativa transmídia também é explorada pelos autores Davidson *et al* (*apud* SOUZA, 2011) que denominam transmídia conteúdos e/ou produtos que, inter-relacionados, se sustentam por meio de múltiplas experiências midiáticas chamadas de *tent poles*¹². Existem dois tipos de *tent poles*: (1) pequenas narrativas que dão origem a novos produtos; (2) uma grande narrativa, como filmes de Star Wars ou Matrix, que criam novas franquias da mesma marca. Podemos associar essa noção, ao “Fluxograma Algorítmico Circular Rizomático”, de Renó (2012) em que a narrativa transmídia se instaura primeiramente através de um texto base (aqui podemos incluir qualquer produto ou conteúdo midiático), e se desdobra em diversos fragmentos secundários, que darão continuidade a uma nova narrativa, se diferindo do conteúdo repetitivo proporcionado pelo *cross-media*.

A transmidiação enriquece a narrativa principal, adicionando novos conteúdos e proporcionando a interação do usuário que passa a ser a mola propulsora da expansão desse universo. Jenkins iniciou a discussão transmídia em um artigo de *Technology Review*¹³ de 2003, ao enfatizar as potencialidades e a polivalência das narrativas ficcionais, que desenvolvem suas potencialidades em um universo que não se encaixa em apenas um suporte. Nele, o autor não poupa elogios ao descrevê-lo como o melhor exemplo de utilização das potencialidades transmídia. O filme estreou em 1999, mas ganhou tamanha proporção que somente em 2003 encerrou a trilogia com “*Matrix Revolutions*”. Não bastava apenas assistir o filme, os espectadores ficavam ansiosos em desvendar os segredos que se encontravam nos

¹² Segundo Souza (2011, p. 55) *tent poles* significa na língua inglesa, lona de circo que é capaz de sustentar o picadeiro, mas no âmbito comunicacional se refere a “sustentação de várias experiências midiáticas”.

¹³ Disponível em: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 18 maio 2013.

jogos online, nos *comics* da web (publicadas no livro *The Matrix Comics*) ou então, na série de curtas de animação intitulada “*Animatrix*”.

A diferença de *Matrix* com qualquer outro filme é a construção de um universo criativo de ficção científica e efeitos especiais. A narrativa desperta a imaginação dos sujeitos, que de meros espectadores, passam a desempenhar o papel de *fan fictions* ou *fanfic*.

Transmedia storytelling is still about the stories and if the stories do not capture the imagination, no amount of transmedia extension can repair the damage. But, we will see innovative new approaches because transmedia as a strategy responds to a media environment that rewards being everywhere your audience might be and giving your fans a chance to drill deeper into the stories they love (JENKINS, 2011, p.2)¹⁴.

Essas redes de fã-clube reúnem usuários apaixonados por determinado tema que utilizam a internet para construir novas histórias de séries, filmes ou *comics* e compartilham experiências com outros participantes. As narrativas despertam o interesse imaginário daqueles que desenvolvem relatos, roteiros e livros não inseridos nas tramas originais e muito menos divulgados nos meios de comunicação de massa e nas comunidades em geral.

O transmídia exige uma nova lógica de mercado, já que o conteúdo está cada vez mais fragmentado e o público – alvo, por sua vez, segmentado. Jenkins (2008) denomina “franquia” a todo produto ou conteúdo autônomo originado de uma estratégia corporativa que visa à solidificação da marca em diversos suportes. A narrativa é apenas uma parte do processo transmídia, inserida dentro das potencialidades da estratégia de consumo, do universo da franquia e da atuação dos personagens ficcionais. Não basta o consumidor nutrir informações, ele quer participar, construir e compartilhar com outros analistas do conhecimento. “Na cocriação, as empresas colaboram desde o início para criar conteúdos considerados adequados a cada um dos setores permitindo que cada meio de comunicação [...] aumente pontos de acesso à franquia” (JENKINS, 2008, p.149).

O fato de o consumidor assistir ao programa de televisão e continuar gerindo conteúdo da franquia pela internet demanda novas informações possivelmente atrativas que capturem a

¹⁴Tradução própria: “As histórias transmídia ainda se referem às histórias e se as histórias não captam a imaginação, nenhuma quantidade de extensão em transmídia pode reparar o dano. Mas, nós poderemos ver inovação em novas abordagens, porque o transmídia como uma estratégia é um espaço de mídia que contempla qualquer lugar onde o público possa estar e dá aos seus fãs a chance de mergulhar ainda mais fundo nas histórias que eles amam” (JENKINS, 2011).

curiosidade do sujeito para continuar participando da rede de conhecimento. Isso cria um público cativo atento à interconexão das informações nos dois suportes.

É uma mudança que sinaliza a convergência entre a era massiva para pós-massiva, em que as mensagens se encontram remediadas e fragmentadas dentro de um fluxo multisequencial (MASCARENHAS, 2012). Isso força o mercado a realizar novas estratégias transmídia, para não perder os clientes de vista, expandindo o mercado e criando novas formas de consolidação da marca. Entretanto, essa segmentação propicia um cuidado redobrado pelos mercados, para que o espectador não se sinta cansado e estagnado por acompanhar conteúdos redundantes (JENKINS, 2008). A visão do mercado hoje deve partir da perspectiva de dois elementos essenciais para consolidação da narrativa transmídia: a coautoria e a interatividade.

É por isso que o conteúdo não deve ser fechado em si, mas deve possibilitar as alterações de acordo com o surgimento de novas informações elaboradas em conjunto pelos produtores e consumidores. O conteúdo agora é colaborativo. A franquia deve ser inovadora e trabalhar para que a estética de cada suporte seja atingida potencialmente. Embora Jenkins (2008) diga que a franquia deva ser autônoma, muitos conteúdos secundários são triviais para se compreender a narrativa como um todo.

As estratégias transmidiáticas além de se estenderem através dos diversos suportes são caracterizadas pela ubiquidade do conteúdo que estão em constante “processo de reconfiguração e remediação” (MASCARENHAS, 2012, p.128). Por isso o jornalismo deve explorar o máximo dessa relação com o consumidor, fornecendo meios para o debate acerca dos temas que mais atraem a comunidade.

CAPÍTULO 3- O PROGRAMA *TV FOLHA* COMO EXPERIMENTAÇÃO NARRATIVA

Nesse capítulo direcionaremos o nosso trabalho para a análise do objeto de estudo, do programa *TV Folha*, veiculado tanto no suporte televisivo como no virtual. Inicialmente apresentaremos as características principais de tal objeto, bem como a metodologia por nós utilizada para a coleta de dados.

3.1. O programa *TV Folha*

A webTV¹⁵, *TV Folha*, pertencente ao grupo Folha, surgiu em 11 de março de 2011, da iniciativa de se criar um novo canal de comunicação, que atraísse e fidelizasse tanto os leitores do jornal como os usuários do site Folha de S. Paulo¹⁶. Desde 11 de março de 2012, o Grupo Folha em parceria com a TV Cultura, do governo de Estado de São Paulo, veicula um programa semanal, aos domingos, às 19h30min e com reprise às 23 horas. A estreia do programa alavancou a audiência no canal televisivo com média de um ponto no Ibope e na transmissão online, somando 2300 usuários, que utilizaram inclusive os dispositivos móveis¹⁷. O programa, de 25 minutos em média, é também transmitido ao vivo pelos sites do jornal Folha de S. Paulo, Cultura (tvcultura.cmais.com.br) e UOL (tvuol.uol.com.br). Após o término do programa o site da Folha.com disponibiliza na íntegra as reportagens na página do *TV Folha*.

A criação do programa jornalístico *TV Folha*, voltado para os espectadores do estado de São Paulo, parte de um convite do canal público de televisão, TV Cultura, que necessitava preencher um espaço vazio em sua grade dominical. Após analisar a proposta, o Grupo Folha

¹⁵ Para tal classificação baseamo-nos nos trabalhos de D'andréa (2012) e Piccinin (2012).

¹⁶ Em 1995 é inaugurado o Folha Web “o primeiro jornal online em tempo real da língua portuguesa”, serviço do Grupo Folha que disponibiliza via online notícias diárias da versão impressa, entretenimento, prestação de serviço e outros conteúdos exclusivos. Hoje, o site Folha de São Paulo hospedado no domínio do site UOL (www.folhauol.com.br) divulga em média 500 notícias por dia, com 19 editoriais de acesso livre, e uma audiência de 17 milhões de visitantes e 173 milhões de páginas visualizadas por mês, segundo o site.

¹⁷ Dados retirados da notícia do Folha.com, “Estreia do ‘TV Folha’ eleva a audiência da TV Cultura”, do dia 12/03/2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/1060589-estreia-do-tv-folha-eleva-a-audiencia-da-tv-cultura.shtml>. Acesso em: 10 abr. 2013.

juntamente com o patrocínio da empresa *Renault* inicia a transmissão do conteúdo editorial de total responsabilidade de seus produtores, sem qualquer participação da emissora.

Para acessar o endereço eletrônico da webTV, o usuário deve recorrer ao *menu* localizado na *homepage* do site www.folhauol.com.br e clicar sobre o nome “*TV Folha*” ou acessar diretamente o endereço www1.folha.uol.com.br/tv/. A página divide seu conteúdo por editorias e disponibiliza reportagens, entrevistas e debates produzidos pelo Universo Online (UOL)¹⁸, além de vídeos caseiros enviados por usuários e material exclusivo de elaboração dos jornalistas polivalentes do Folha.

A intenção, segundo o grupo Folha, é levar a marca do jornal para o suporte televisivo, que refletirá boa parte do conteúdo semanal do jornal impresso¹⁹. Segundo o editor-executivo da Folha, o grupo inovou ao ampliar seu conteúdo para os dispositivos móveis e se aproximar do público nas redes sociais, assim nada mais natural do que seguir para a TV²⁰.

A maior parte das reportagens inseridas no site do *TV Folha* é veiculada tanto no suporte virtual como no televisivo. Entre elas estão às classificadas como “exclusivas da Folha”, ou seja, informações fornecidas com exclusividade pelo “furo” de reportagem do grupo Folha. Todo conteúdo exclusivo do suporte televisivo é divulgado pelo site após o término do programa, como visto na entrevista “Fé e política” concedida pelo Padre Marcelo Rossi ou “Toda forma de amor”, da cantora Daniela Mercury.

A equipe de jornalistas dialoga com colunistas e especialistas, como Xico Sá, Vinicius Torres Freire, Barbara Gancia, Fernando Rodrigues que escrevem para a Folha e são enunciadorees nas reportagens do *TV Folha*. Eles opinam sobre diversos assuntos e trazem detalhes muitas vezes exclusivos que não foram anteriormente veiculados em outras plataformas. Além disso, o programa conta com o auxílio de fotógrafos do jornal que trabalham na produção da imagem.

¹⁸ Com seu enorme sucesso o Grupo Folha lança em 1996 o Universo Online (UOL), primeiro portal de acesso gratuito que implanta além de notícias em tempo real, prestação de serviço e entretenimento. Em 1997, segundo o site da Folha, a audiência do UOL se equipara aos grandes sites de informação americanos.

¹⁹ Dados retirados da notícia do Folha.com, “Folha estreia programa na TV em março; veja vídeo”, do dia 29/02/2012. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/1055001-folha-estrela-programa-na-tv-em-marco-veja-video.shtml>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

²⁰ Dados retirados da notícia do Folha.com, “Programa ‘TV Folha’ estreia neste domingo”, do dia 10/03/2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/1059726-programa-tv-folha-estrela-neste-domingo.shtml>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

“É uma chance de ver o jornal, além de lê-lo. Com a Folha disponível nos *tablets*, faz mais sentido ainda”²¹. As palavras do editor e apresentador do *TV Folha*, Fernando Canzian complementam o fato de conceber o audiovisual e trabalhá-lo a serviço do impresso. Convergir as diferentes plataformas e preservar a marca do grupo recorrendo às novas ferramentas e imagem digital é tendência entre os grandes grupos de comunicação.

Essa possibilidade de inovar por meio da tecnologia traz para o programa uma linguagem de vídeo personalizada. Para o diretor do *TV Folha*, João Wainer, ela traduz a identidade do jornal impresso sem recorrer aos métodos rígidos do telejornalismo tradicional, se aproximando do que vemos de criativo na internet²². Dessa forma, o produto se “contamina” a partir da transposição do conteúdo que é veiculado na internet e na televisão, adquirindo tanto características da televisão como virtual (DUARTE, 2000). É pensando nessa característica *cross-media*, que o *webjournal* tem um período de duração mais curto, preservando os critérios de imediatismo e da atualização na web.

Ainda segundo o diretor, João Wainer, cada reportagem é como um minidocumentário irreverente: a inovação do produto parte desde o roteiro e a trilha sonora mais criativa até as imagens em câmera digital SLR compacta e com qualidade incomparável às filmadoras tradicionais. Esse avanço faz o programa ousar em recursos cinematográficos como o *travelling*, ou seja, o movimento da câmera sem cortes que se desloca sobre um eixo, se aproximando ou se afastando do objeto. O diretor adiciona ao formato livre a própria postura do repórter, que aparece mais solto explicando a matéria no estúdio, em São Paulo ou em Brasília ou em alguma externa, sem o microfone, sem maquiagem e até mesmo sem olhar para a câmera em alguns momentos.

Foi pensando nessa inovação proposta pela Folha, reflexo das transformações no modo de se fazer e pensar o jornalismo audiovisual em multiplataformas, que analisamos o conteúdo e elementos narrativos do *webjournal TV Folha* veiculado na plataforma virtual. O objetivo foi verificar se o conteúdo, em termos de sua estruturação narrativa, veiculado na TV e apropriado pela web, segue os princípios de narrativa transmídia como forma de contar histórias.

²¹ Dados retirados da notícia do Folha.com, “Programa ‘TV Folha’ estreia neste domingo”, do dia 10/03/2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/1059726-programa-tv-folha-estreia-neste-domingo.shtml>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

²² Dados retirados da notícia do Folha.com, “Programa ‘TV Folha’ estreia neste domingo”, do dia 10/03/2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/1059726-programa-tv-folha-estreia-neste-domingo.shtml>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

3.2. Procedimentos metodológicos

Para a análise empreendida nessa pesquisa, foram examinados os programas referentes a um mês. A coleta foi feita pelo endereço eletrônico do *TV Folha*, entre os dias 21 de abril e 19 de maio, contabilizando 5 programas e 28 reportagens. A seguir, apresentamos brevemente uma descrição dessas reportagens:

Quadro 2- Reportagens do programa *TV Folha*

Programa	Reportagem	Descrição
21/04	Terror em Boston	Quatro brasileiras descrevem os momentos de pânico vivenciados durante a maratona de Boston.
	Combate ao crack	Reportagem aponta falhas na nova medida judicial de internação aos viciados em crack.
	Ilhados no Farol	Militares do farol em Ilhabela vivem ilhados durante os meses de trabalho.
	Pé na África	Moradores de Moçambique enfrentam problemas de reassentamento, após mineradora Vale se estabelecer na região.
	Folhacóptero	Ferramenta de visualização de dados mostra breve histórico sobre a inflação no país.
	Pela porta dos fundos	Entrevista com a cantora, atriz e roteirista, Clarice Falcão do programa Porta dos Fundos.
28/04	Fé e política	Entrevista com o Padre Marcelo Rossi.
	Folhacóptero	Ferramenta de visualização de dados mostra a rotina do papa em sua visita no Brasil.
	Quinto aniversário	Diretor da revista <i>Serafina</i> apresenta <i>remake</i> de alguns filmes nacionais em homenagem ao quinto aniversário da revista.
	Indústria de armas	Dados apresenta o mercado de armas nacional e internacional.
	Fila por trabalho	Número de carteiras expedidas aos estrangeiros

		aumentou mais de 40% este ano.
	A vez do passinho	Após o sucesso na internet, dança do Passinho, ganha notoriedade mundial.
05/05	Duas medidas	Normas da Secretária de Segurança Pública em São Paulo sobre socorrer vítimas de acidentes são descumpridas por militares.
	Sem entrada	Projeto prevê limitação em 40% das cotas de ingressos para meia- entrada.
	Mulheres ameaçadas	Mulheres agredidas pelo marido nos EUA possuem direitos civis aprovados pelo governo local.
	Porto 24 horas?	Deficiência na infraestrutura dos portos provoca aumento no preço dos alimentos.
	Tecnologia “vestível”	Reportagem testa o novo <i>Google Glass</i> .
12/05	Três anos depois	Vítimas das enchentes de anos anteriores em Pernambuco ainda sofrem com o descaso das autoridades.
	Folhacóptero	Ferramenta de visualização de dados mostra o impacto da seca pelo país.
	O filho da mãe	Em homenagem ao dia das mães, reportagem mostra como é ser mãe de um filho árbitro de futebol.
	Cães transgênicos	Criadores desenvolvem animais geneticamente modificados feitos para clientes que desejam cães projetados à sua maneira.
	Infância ameaçada	Com as facilidades na web, autoridades registram aumento no número de casos de abusos sexuais.
	Taxista das estrelas	Entrevista com um taxista excêntrico de São Paulo.
19/05	Menores na mira	Reportagem questiona a redução ou não da maioria penal.
	Toda forma de amor	Entrevista com Daniela Mercury e sua namorada.

	Pocket Show	Cantora Tiê apresenta seu novo projeto musical.
	Cantando nas nuvens	Entrevista com um dos milionários mais excêntricos do Brasil, Reinaldo Kherlakian.
	Folhacóptero	Ferramenta de visualização de dados sobrevoa como será a nova base de pesquisa do Brasil na Antártica.

Como mencionado no capítulo anterior, a narrativa transmídia é um conceito da estética da convergência de mídias ainda em construção, principalmente se tomarmos como objeto de estudo um produto jornalístico. Embora tenha se desenvolvido em produtos ficcionais, vemos grandes possibilidades de expansão das estruturas narrativas jornalísticas em multiplataformas, principalmente se aliarmos a isso qualidade no conteúdo e interatividade do usuário. Todavia, ressaltamos que são poucos trabalhos na área que contemplem o tema, que ainda está em sua etapa inicial e se remodela de acordo com os avanços tecnológicos e novas possibilidades no tratamento da narrativa.

Em virtude dessa constatação, pudemos perceber que ainda não há um procedimento *standard* para se observar analiticamente as produções que se inserem em uma perspectiva transmídia. Por essa razão, preferimos não adotar uma metodologia única e específica, mas elaborar um percurso, fazer uso de procedimentos de autores variados, mas que se encaixavam em nosso propósito. Fizemos uso, primordialmente, de discussões e exemplificações analíticas de Renó (2013), Becker (2012), Duarte (2009), Gosciola (2011) e Scolari (2013).

O percurso metodológico por nós adotado pode ser caracterizado por cinco fases: (1) assistir ao programa semanal e realizar o download do produto para armazená-lo e auxiliar nas consultas posteriores; (2) efetuar a decupagem do produto esmiuçando todo o roteiro técnico, que ajudou a observar detalhadamente o discurso e as estratégias empregadas no programa; (3) elaboração de grades de análise, que buscavam tanto descrever e mapear cada uma das reportagens, a partir de elementos estruturais do programa; (4) elaboração de outras grades, que sintetizavam as semelhanças e diferenças encontradas em todos os programas; (5) interpretação analítica dos dados encontrados.

No que se refere às grades de análise, elas foram elaboradas de acordo com as leituras citadas, visando à construção de nove elementos, que nos ajudaram a perceber se a

construção da estrutura narrativa do programa na TV e na web favorece a criação de uma lógica transmídia. As principais categorias analíticas das grades estão descritas a seguir.

A *escalada* fornece o grupo de manchetes no início do programa apresentando as reportagens mais importantes. *Recursos sonoros/ estéticos* são características que marcam o tom, a partir de trilhas sonoras e vinhetas que trazem a identidade do programa. *Assunto/editoria* são os temas explorados pelo programa de acordo com seu público alvo. *Narrativa* é como a história da narrativa jornalística é contada, seja apresentando as falas dos personagens de modo direto ou acompanhadas pelo off do repórter. *Tempo/bloco* é o ritmo de jornal. Os *enunciadores da matéria* são os mediadores do jornal, repórteres, comentaristas e âncoras que apresentam e explicam as matérias a partir do ponto de vista do próprio jornal. *Personagem/espço* são os atores sociais que participam da reportagem e são entrevistados pelos repórteres. *Recursos gráficos* apresentam os métodos didáticos como infográficos e mapas visuais contidos nas reportagens, que auxiliam no entendimento do assunto. Por fim a *interatividade* indica quais os recursos utilizados pelo programa, que permitem interagir e incitar a participação do espectador.

Além dos elementos descritos acima, utilizamos como categorias analíticas do objeto, os critérios de noticiabilidade após observarmos que o programa se apropria dessas características em cada reportagem. Os critérios de noticiabilidade, elencados por Erbolato²³ (*apud* FERREIRA, 2008), frequentemente utilizados pelos telejornais e incorporados pelos *webjornais*, permite reconhecer quais são os procedimentos e linhas editoriais do veículo em questão, suficientes para transformar fatos importantes em narrativas jornalísticas. No caso deste trabalho, a narrativa estende-se a multiplataformas, vinculada à mensagem de acordo com as capacidades estéticas de cada suporte.

A interpretação analítica dos dados encontrados e sintetizados nas grades nos forneceu o perfil final do programa apontando aspectos tanto qualitativos quanto quantitativos. Todos os dados foram observados à luz das discussões que permeiam as características e o conceito de narrativas transmídia já explicitadas nesse trabalho.

²³ Segundo o livro *Técnicas de Codificação em Jornalismo* (2004) o autor Mario Erbolato elenca 24 critérios de noticiabilidade que são: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura/conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa/suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas/invenções, repercussão, e confidências.

3.3. Análise do programa TV Folha

Os critérios de noticiabilidade são um conjunto de elementos que determinam “se um acontecimento ou assunto é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo valor notícia” (TRAQUINA, 2005, p.63). O *TV Folha* exibido apenas uma vez por semana permite a equipe jornalística elaborar e selecionar conteúdos que fazem parte do cotidiano em que se insere junto ao público-alvo (COUTINHO, 2009). Os valores notícia no programa (Gráfico 1) sofrem alterações de acordo com as características narrativas do ambiente analógico somado ao virtual. Por ordem de aparição, observamos os critérios de consequência em 8 reportagens, seguido pela proximidade (geográfica) em 5 reportagens e impacto em 4 matérias.

A proximidade (geográfica) da emissora com o público alvo de São Paulo é um dos critérios de valores notícia mais explorados pelo jornal *TV Folha* na plataforma televisiva. Observamos essa característica em cinco reportagens como “Combate ao *Crack*” (21/04). A reportagem delimita as falhas que o plantão judicial de São Paulo está enfrentando com falta de mão de obra especializada e déficit de vaga no sistema para internação de viciados em *crack*. A proximidade geográfica também abre leque para inserção de reportagens como “Pocket Show” (10/05) divulgando ao público o novo projeto musical da cantora Tiê em São Paulo. Observamos em sua maioria reportagens locais, abrangendo a capital e o estado de São Paulo. Não obstante, as internacionais se apresentam no caso de ataques ou conflitos como visto em “Terror em Boston” (12/05), que comprometem a vida e integridade de cidadãos brasileiros.

O critério de “consequência” está em oito reportagens e apresenta como certas normas, condutas e leis instauradas pela sociedade afetam a vida e o futuro dos cidadãos. É o caso, por exemplo, da reportagem “Duas medidas” (05/05). A reportagem aponta falhas na norma da Secretária de Segurança Pública de São Paulo, que determina proibir o socorro às vítimas de bala perdida de modo a preservar a cena do crime. Imagens da câmera de segurança de um prédio mostram militares descumprindo a resolução ao resgatarem uma vítima ferida, após reconhecerem que se tratava de um policial. A cena comprova que há pesos e medidas diferentes dependendo de quem é a vítima. A consequência da implantação dessa norma trouxe indignação, visto que confrontos entre militares e civis, foram recorrentes. Outro exemplo está evidenciado em “Infância ameaçada” (12/05), a reportagem enfoca a dificuldade

e sofrimento de vítimas de pedofilia para se reintegrarem a sociedade, após sofrerem abusos sexuais, considerados crime perante a lei.

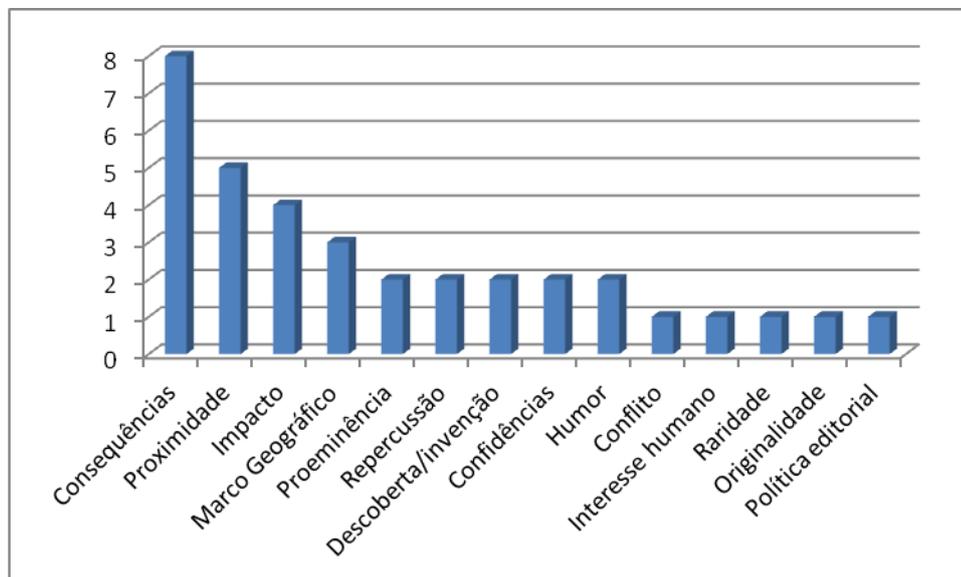


Gráfico 1: valores notícia utilizados nas reportagens do TV Folha

O critério de noticiabilidade “impacto” diz respeito ao grau de importância que um fato pode ter dependendo do número de pessoas afetadas. É o caso da reportagem “Três anos depois” (12/05). Desde a pior enchente ocorrida em 2010 na região de Pernambuco, cerca de 3200 famílias ainda estão à espera das casas prometidas pelo então governador do estado, Eduardo Campos. A reportagem revela que as quatro cidades afetadas receberam mais de 200 milhões de ajuda do governo federal, apesar disso muito pouco foi feito e muitas famílias, três anos depois, ainda sofrem o descaso das autoridades.

O programa, ao priorizar os três valores notícia, impacto, consequências e proximidade, direciona reportagens que sejam de interesse do público alvo tanto no suporte televisivo como no ambiente virtual, mesclando assim, temas de cunho internacional, local e nacional. No que concerne ao valor notícia “impacto”, observamos sempre dados, cifras e indicadores quantitativos de extrema importância para compreensão da situação atual. Isso se deve, pois o fluxo de informações da web está sempre em constante atualização, apresentando dados em tempo real e produção contínua da notícia (VIEIRA, 2001). As reportagens do programa armazenadas no site da Folha.com, permitem ao repórter reeditar o vídeo ou atualizar as informações textuais, que o acompanham.

No que tange o valor notícia “proximidade geográfica”, o *webjornal* transmitido em tempo real pelo site da Folha.com aumenta a sensação de ubiquidade, ou seja, em qualquer lugar, mesmo fora do marco geográfico de origem, o público tem acesso ao conteúdo no qual se identifica. O fato de um acontecimento ser novo não garante valor notícia (VENTURA, 2009), é preciso haver alguma familiaridade e proximidade espacial do público de São Paulo com as informações, por isso visualizamos conteúdos de muitas reportagens – como “Combate ao Crack” – amplamente divulgadas pelo site Folha.com. Os critérios de noticiabilidade do programa estão condicionados pela transmissão em duas plataformas, nos quais os temas selecionados dialogam com as narrativas textuais divulgadas pelo site Folha.com e também pelo jornal impresso durante a semana referida.

Referente ao valor-notícia “consequências” utilizado em oito reportagens, constatamos que a proposta do programa é trazer problemas de viés social, político e econômico, como foi o caso de “Duas medidas”. O sentimento de indignação provocado pela notícia foi aflorado ao utilizarem uma câmera de segurança. A facilidade em se captar acontecimentos comprova a importância dos aparatos tecnológicos para se divulgar os fatos. A outra reportagem “Infância ameaçada” (12/05) foi fiel ao retratar os abusos sexuais entre as vítimas adolescentes e crianças, acolhidas pelas leis estaduais, mas também pelas páginas nas redes sociais que tratam sobre o tema. Dessa forma, o valor notícia abre espaço para que usuários-telespectadores interessados no assunto coloquem-se em contato com as discussões especializadas e troquem informações de maneira a interagir com a realidade.

Além dos critérios de noticiabilidade reportados anteriormente e intrínsecos a cada reportagem, observamos o conteúdo audiovisual dividido por editorias. Elas são visualizadas nos três blocos do programa, em vinhetas que marcam o nome de cada reportagem seguido da denominação da editoria em questão. Nota-se também a transposição dos nomes das editorias idênticos aos que constam no site do Folha.com e no jornal impresso, caracterizando uma das marcas que acompanham o leitor, espectador e usuário nas três plataformas. No recorte analisado observamos (Gráfico 2) que das 28 reportagens, 8 delas se enquadram na editoria *Cotidiano* (Comportamento), 6 são relacionadas a cultura, pela editoria *Ilustrada* e 4 estão na editoria *Mundo*.

Observamos que o programa enquadra suas editorias, respeitando a linguagem estética do formato juntamente com a capacidade tecnológica de produção audiovisual na web. O primeiro fator indicativo desse modelo é o posicionamento das editorias em três blocos com

em média duas ou três reportagens cada, semelhante à disposição fragmentada do conteúdo virtual. Segundo fator: no site da Folha, cada bloco está separado por três links, provavelmente organizado para que o usuário encontre mais facilmente a editoria e assuntos de seu interesse, além de possibilitar de maneira mais rápida o carregamento do conteúdo audiovisual. O programa inicialmente se organiza trazendo temas relacionados à editoria *Cotidiano*, *Mundo* ou *Poder* para em seguida divulgar informações mais leves de cunho cultural, com quadros de humor e música. Essa estratégia recorrente ao modelo clássico sugere fornecer ao público notícias da problemática nacional e internacional para em seguida cobrir com assuntos voltados ao entretenimento, que relaxem o público.

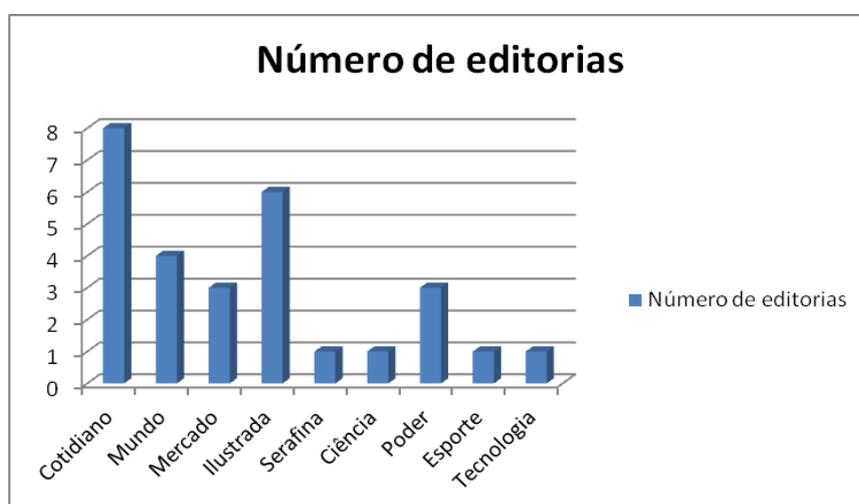


Gráfico 2: Quantidade de editorias utilizadas no programa

Na editoria *Mundo*, nas reportagens como “Terror em Boston”, (21/04) e “Mulheres ameaçadas” (05/05), a tônica é evidenciar ao público, em especial da plataforma virtual, como brasileiras enfrentaram problemas em solo estrangeiro. Prioriza, assim, a notícia que caminha para além das fronteiras, a procura de entrevistados, que representem nosso âmbito local. Essa estratégia aproxima o usuário, que mesmo fora do espaço geográfico paulistano se identifica com a imagem da nação local.

A editoria *Cotidiano* segue em todas as edições do programa e comparte temas dramáticos vivenciados pelo paulistano. Citaremos a reportagem, “Menores na mira” (19/05) elucidando essa tônica. A dramatização dos entrevistados, menores infratores retidos na Fundação Casa, polemiza os discursos em torno da maioria penal. O discurso é comovente em falas que se aproximam do público e possuem vida própria exibida pela voz dos personagens sem interrupção do repórter. Diminuindo cada vez mais o trabalho de edição, o

tom dramático é favorecido pela fluidez e transparência da narrativa, que capta a atenção do público em multiplataforma.

No que diz respeito à editoria *Ilustrada*, observamos reportagens que deixam a fonte falar por si só, mas por meio de um toque leve e informal. Essas características estão presentes na reportagem “Pocket show”, em que a narração é alternada por imagens da entrevistada e do cenário em que ocorre o projeto musical. As imagens curtas do espaço adquirem na plataforma virtual, capacidade de sintetizar a fala da entrevistada em contraponto com o fluxo acelerado de informações.

3.3.1 A estrutura narrativa

Dividiremos este tópico em duas partes analisando a estrutura geral do programa, bem como a estrutura narrativa das reportagens. Destacamos suas especificidades, procurando elencar os elementos e recursos narrativos utilizados que permitem dar o tom ao programa.

A) A estrutura do programa

O *TV Folha* (Quadro 3) é dividido em três blocos de programa, que totalizam em média 25 minutos. O tempo de cada bloco é muito diversificado e não segue um padrão, contendo no total de 6 a 5 reportagens. As que se enquadram no primeiro bloco do programa possuem mais tempo de duração, alcançando 10 minutos, enquanto as do terceiro bloco, no geral, não passam de 4 minutos. Isso evidencia que o formato, muda constantemente conforme a estética e configuração discursiva de cada reportagem, bem próximo da agilidade e instantaneidade da plataforma virtual, somados a dimensão dada a cada tema abordado. O quadro a seguir foi usado de maneira a destacar quais são os elementos que caracterizam a estrutura do programa, bem como os recursos estéticos recorrentes e as estratégias de acessibilidade utilizadas em multiplataformas.

Quadro 3 – Elementos repetidos da estrutura do programa *TV Folha*

Estrutura do programa	Escalada	
	Tempo/ Blocos	
	Âncora	
	Vinhetas	Editorial
		Abertura
Encerramento		
Bastidores		
Recursos estéticos	Logotipo <i>TV Folha</i>	
	<i>GC</i>	
	Efeitos sonoros	
	Trilha sonora	
Acessibilidade	Acesso ao programa na íntegra na página da web e reprise no suporte televisivo	

A escalada (Figura 1) é composta por trechos de imagens e falas dos entrevistados sintetizadas em três reportagens de diferentes editorias, escolhidas pelo programa de acordo com o grau de importância. As manchetes de 55 segundos de duração total aparecem sistematizadas sem a presença canônica do apresentador ditando os trechos, substituída pelo título que carrega cada reportagem e pequenas sonoras dos entrevistados. Essa estrutura está apresentada dentro de uma estética direcionada para web, com linhas, faixas e cores diversas que se movimentam a cada troca de manchete, semelhantes à navegação do usuário pelas estruturas do hipertexto.

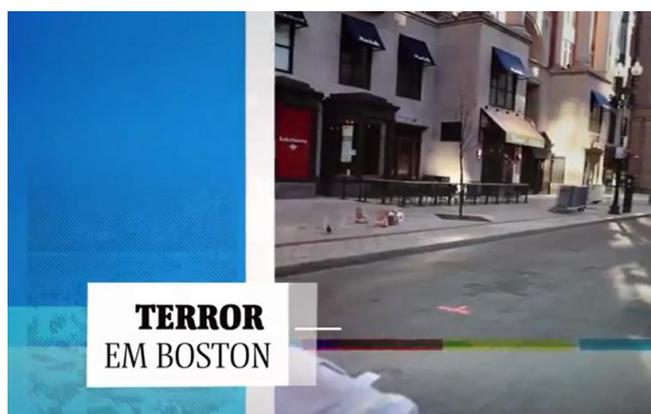


Figura 1: Parte da escala do programa (21/04)

A figura do âncora (Figura 2) Fernando Canzian aparece no momento seguinte centralizada pela câmera em plano americano, dentro da redação da Folha de São Paulo.

Observamos nesse cenário a ausência do recurso estético *chroma-keys*, utilizados pelos telejornais quando a imagem de fundo, verde ou azul é substituída por uma imagem digitalizada. Ao direcionar a percepção do público aos bastidores de produção da notícia, o programa faz uma autorreferência do trabalho incessante do jornalista em busca de apuração limpa e transparente dos fatos posteriormente divulgados. Evidenciar o cenário da redação também se dirige ao trato instantâneo da notícia em multiplataformas, ou seja, o conteúdo captado pelo veículo é exibido rapidamente na plataforma virtual, seguindo para o jornal impresso. Esse momento de apresentar bastidores de produção da notícia é um diálogo com o próprio formato telejornalístico, que copia a tendências dos outros gêneros de telejornal para criar uma estética própria (VIEIRA, 2001).



Figura 2: Postura do âncora na abertura do programa

Os telejornais rompem com o modelo de narrativa do cinema ao propor que o apresentador olhe diretamente para o seu público (VIEIRA, 2001). Esse é o primeiro contato do apresentador que aparece obrigatoriamente no início e no encerramento do programa. Além de se despedir do público o âncora lembra aos espectadores a reprise do programa na plataforma televisiva. Seguindo a lógica, o formato indica a possibilidade de rever o programa no suporte virtual. Na web, o site inclusive alerta o usuário para a opção de visualização do *TV Folha* nos dispositivos móveis. Nesse circuito, o formato audiovisual faz uma autorreferência à estrutura do programa que dialoga com o acesso as diversas plataformas. Um recurso criado, que abandona o modelo canônico do telejornal e é remodelado segundo as exigências estéticas e tecnológicas remediadas entre a televisão e o ambiente virtual.

Um dos elementos característicos de narrativas transmídia é a interatividade (JENKINS, 2008), mas o programa direcionado para o suporte televisivo e transmitido na web em tempo real, não interage com o usuário. Embora haja diálogo com as narrativas textuais do site e do impresso, provocando de certa forma à busca por informações, a estrutura

do formato, em parte, dirigido ao suporte analógico limita as possibilidades de interação, retida apenas ao estímulo e reação do espectador.

As páginas do programa nas redes sociais estão inclusas no *Facebook*, *Google +* e *Twitter*. Todavia, os *posts* ficam resumidos a inserção de notas e links das reportagens na plataforma virtual. Tampouco o formato divulga as redes sociais, forçando o usuário-espectador a buscar informações adicionais na rede hipertextual do site *Folha.com*, que fornecem sentido à narrativa conectada pelos inúmeros links (VENTURA,2009).

A página do *TV Folha* no *Facebook* recebe mais audiência, em relação às disponibilizadas nas redes *Twitter* e *Google +*. Com mais de 11 mil seguidores, a página direciona seu conteúdo fornecendo links de reportagens do programa, além de convidar os seguidores para ver em ambos os suportes, a reprise e o programa em tempo real. Atentamos que o formato faz referência sobre si mesmo em diversas plataformas, à medida que privilegia a remediação entre a linguagem discursiva e estética inerentes ao ambiente virtual e analógico.

As redes sociais permitem comentários e questionamentos entre usuários como o ocorrido na reportagem “Menores na mira” (19/05), embora a interatividade seja mais eficiente entre usuários fidelizados e especializados (Figura 3). À parte da lógica transmídia, observamos no caso exposto um exemplo de troca de informações entre seguidores da rede social *Facebook*, reiterando o conceito de inteligência coletiva (LÉVY, 1999), no qual usuários adicionam novas informações, a fim de ampliar a rede de conhecimento.

O usuário, ao abrir o link disponibilizado pelos *post* na rede social, se depara com o vídeo do programa precedido por informações textuais referentes à reportagem. É nessa página que surge abaixo do vídeo uma opção de visualização em dispositivos móveis: ao clicá-lo, o usuário é direcionando novamente para o canal audiovisual da *Folha* no *Youtube*. Essa estrutura rizomática, comandada pelas capacidades de navegação do hipertexto, representa um universo de descobertas e buscas pelo usuário, favorecendo a acessibilidade, elemento característico das narrativas transmídia. Além disso, acessar o conteúdo em aparelhos móveis indica a mobilidade de navegação independente do marco geográfico em que se encontra o usuário.



Figura 3: Comentário de um usuário do *Facebook* na página da Folha

Outro elemento evidente na estrutura do programa são as vinhetas, caracterizadas por peças, que agregam som, imagens e movimento utilizado por delimitar uma “pausa estética”, antes de introduzir um novo tema (VIEIRA, 2001). A vinheta de abertura insere a logomarca do jornal “Folha de S. Paulo”, que apresenta o conteúdo audiovisual do *TV Folha*. A vinheta com duração de 12 segundos se apropria das cores azul, vermelho, cinza e preto e acompanham faixas com imagens de notícias marcadas pela semana, que se abrem e fecham semelhante à abertura e fechamento de inúmeras janelas fragmentadas no ambiente virtual.



Figura 4: Quadro da vinheta de abertura do programa

A vinheta de abertura (Figura 4), além de se apropriar de um design moderno voltado para web, acompanha uma trilha sonora instrumental de blues, que dita o ritmo marcado pelo ambiente mais informal do programa. A vinheta de encerramento apresenta os bastidores da produção gráfica do jornal, enquanto a voz em off do âncora convida o espectador-usuário a

ler as notícias do jornal impresso na semana que se inicia. Essa estratégia midiática visa à acessibilidade e aproximação do espectador aos diversos conteúdos fragmentados em multiplataforma, que trabalham sem hierarquias entre si. Além disso, a estratégia evidencia de maneira transparente as diferentes etapas de produção de notícia até se chegar à impressão gráfica do jornal impresso, pronto para ser lido pelo consumidor.

A vinheta editorial, já citada no início da análise, fornece o título de cada reportagem e o logotipo do *TV Folha*, seguido da editoria especificada. Essa vinheta rompe com os padrões clássicos do telejornal e se aproxima da linguagem estética da web e do impresso. Primeiramente, sinaliza uma pausa estratégica para diminuir o ritmo entre os quadros do programa. Além disso, as interrupções demarcadas pelo formato antes do início de cada reportagem é uma analogia ao usuário ou leitor, que necessita fechar um conteúdo ou folhear a página do jornal para continuar acessando outras informações, caracterizando o processo de opacidade, ou seja, expansão do meio e distanciamento do conteúdo.

O efeito sonoro da vinheta também é um recurso estético utilizado pelas redes sociais que alertam para o recebimento de mensagens importantes do sistema ou da rede de amigos. No programa, o ruído semelhante ao ato de folhear o jornal é utilizado para sinalizar o início de uma nova reportagem. Esse efeito reconhecido pelos leitores e usuários se apropria das estéticas do meio impresso e virtual, afim de, simular uma estratégia transmídia.

O recurso estético inerente ao *GC*, sigla conhecida para designar os créditos exibidos nas reportagens, créditos finais e a identificação do apresentador ou a dos comentaristas, segue um padrão que coincide com o design e as cores do programa. O elemento é utilizado para que o espectador se habitue a figura do apresentador e reconheça a função de cada especialista e comentarista que apareça no programa. Embora o âncora sempre apresente os convidados, a imagem visual é captada pelos olhos do público.

A respeito dos créditos finais (Figura 5), eles estão inseridos dentro do mesmo padrão estético da vinheta de abertura. Utilizando as cores preta, vermelha, azul e cinza, a estética se aproxima do formato documental, em que os nomes da equipe do programa estão ajustados a um quadro, distinto do formato clássico apresentado pelo rolamento vertical dos créditos. Somam-se ao design, os bastidores da redação desfocados ao fundo e a trilha instrumental.



Figura 5: Créditos finais do programa

Outro recurso apropriado pelos telejornais tradicionais, mas pouco explorado no *TV Folha* são os *teasers*. Pequenas chamadas entre blocos que apresentam fragmentos das falas dos entrevistados, verificadas nas reportagens “Passinho” (28/04) e “Toda forma de amor” (19/05). No que concerne à reportagem do “Passinho”, os *teasers* apareceram durante o final do primeiro e do segundo bloco.

No primeiro bloco, o *teaser* de 17 segundos mostra participantes da competição identificados por *GCs*, que brevemente transmitem seus depoimentos em sonoras curtas, sucedidas por imagens da batalha do passinho. Observa-se a inserção de recursos textuais gráficos semelhantes a “caixa de texto” com os dizeres “Ainda hoje”, alertando o público para trechos da reportagem destrinchados no bloco final. No segundo bloco, o *teaser* de 15 segundos, apresenta a sonora de dois especialistas não identificados prosseguido das imagens da dança do passinho. O recurso gráfico “caixa de texto”, vazado nas imagens, indica a expressão “No próximo bloco”. Em “Toda forma de amor”, o *teaser* de 11 segundos, segue o mesmo padrão: fornece trechos da sonora de Daniela Mercury ao lado de sua namorada, enquanto o recurso textual alerta para a divulgação da reportagem no próximo bloco.

O *teaser* inserido em pontos estratégicos tende a despertar atenção do público para seguir assistindo aos próximos blocos e garantir, assim, a audiência. No ambiente virtual, esse recurso é empregado às vistas de detectar ao usuário conteúdos de seu interesse. De forma similar o “teaser virtual” fornece trechos de uma reportagem prosseguido do link com o conteúdo na íntegra. No programa, percebemos que os *teasers* foram utilizados somente quando houve espaço a ser preenchido, enquadrando-o sem prejudicar o fluxo da programação. Embora divulgada no ambiente virtual, o programa se limita aos padrões, em primeiro plano, do suporte televisivo.

O programa embora não se configure dentro da lógica transmídia, também inova ao trazer outros elementos que se diferenciam da estrutura canônica de outros telejornais tradicionais. É o caso quando traz para a bancada do apresentador a figura do repórter. Apesar de juntos, o âncora não perde seu posto de enunciador central no *TV Folha*. Isso aconteceu antes de divulgarem a reportagem “Pé na África”. A repórter que conduziu todo o processo de produção do jornal senta ao lado do apresentador para informar ao público algumas dificuldades que a equipe enfrentou enquanto esteve cobrindo o caso da mineradora Vale em Moçambique. Apesar de encontrar algumas barreiras em relação ao equipamento, a reportagem foi realizada se reajustando a medida do possível ao padrão do programa.

Destacamos até o momento que os elementos, vinheta, *GC*, *teasers*, efeitos sonoros e trilhas combinam características exclusivas do telejornal clássico. Associados principalmente ao design da web, moderno e mais arrojado, o programa tem fins de elaborar um formato híbrido, que alie de maneira equitativa conteúdo e pinceladas artísticas, conferindo dessa forma identidade ao trato da notícia.

Pensar na marca e na importância que determinado produto representa ao público é o primeiro passo para sua transmissão em dois suportes (VIEIRA, 2001). Além disso, é necessário adicionar ferramentas de interatividade ao usuário, que agora não apenas navega e assiste ao seu programa favorito, mas sim interage dentro da plataforma buscando discutir em tempo real com outros especialistas e participantes. O fato de o programa ser gravado talvez limite a interatividade, explorada nos bate papos, fóruns e plataformas de chats em tempo real.

B) A Estrutura das reportagens

As reportagens do *TV Folha* seguem uma estrutura específica (Quadro 4) contemplada pelo formato inovador que foge da estrutura clássica combinada pelo off, sonora e passagem, própria do telejornal tradicional e engessado. Esse modelo impossibilita dar voz a personagens considerados essenciais para o entendimento da reportagem. O formato rompe com essa barreira ao ser chamado de programa jornalístico, que embora veiculado uma vez por semana, traz os principais temas da semana tratados no jornal impresso e matérias exclusivas incorporando reportagens do cotidiano do público. Além disso, o formato traz a

possibilidade de garantir ao espectador um programa mais livre e didático reforçando a proposta de inserir novos elementos característicos não só da web e do formato analógico, mas também da linguagem documental que transformem o modo de reportar as notícias. O quadro abaixo mostra uma tentativa de classificar a estrutura das reportagens produzidas pelo programa, bem como os recursos estéticos e sonoros recorrentes e os tipos de reportagens e personagens utilizados.

Quadro 4- Elementos da estrutura das reportagens do TV Folha

Estrutura das reportagens	Recursos estéticos e sonoros	Trilha sonora	
		Efeito <i>caixa de texto</i> / mapas e gráficos animados	
	Tipos de reportagem	Documental	Repórter- comentarista
			Repórter implícito
			Repórter enviado especial
		Entrevista	Repórter questionador
			Repórter explícito
		Entrevista-debate	Comentaristas e âncora
	Visualização de dados	Narração	
	Personagens	Fontes oficiais	
		Fontes oficiosas	
		Fontes institucionais	

Entre as 28 reportagens analisadas, observamos que todas seguem uma estrutura diferenciada, entretanto a análise nos possibilitou encontrar características semelhantes, que nos permitiu classificá-las de acordo com o formato híbrido responsável pela mistura entre o analógico e digital. A respeito da postura dos repórteres, comentaristas e âncoras as reportagens podem ser divididas em quatro vertentes: reportagem estilo documental, reportagem – entrevista, reportagem entrevista-debate e reportagem visualização de dados. A seguir explicitaremos cada uma delas segundo os parâmetros de reportagem coletadas.

As diferenças em relação às reportagens clássicas dos telejornais são evidentes. Partindo da premissa de que o programa visa unir as duas plataformas, virtual e analógica observamos, nos tipos de reportagem, a aproximação estética e discursiva dos dois suportes aliados à linguagem documental, que juntos compõem o formato híbrido. A linguagem narrativa mais transparente valoriza a instantaneidade das imagens e sonoras, concede preferência à fala das fontes, apresenta informalidade dos repórteres e inserem pinceladas artísticas modernas que compõem a estética da notícia no ambiente virtual (VENTURA, 2009).

As reportagens estilo documental ocorrem quando o repórter atua como comentarista (Figura 6), como enviado especial ou quando simplesmente não aparece. No primeiro caso, a reportagem valoriza as histórias e os offs narrados e conduzidos pelos personagens. O corte acontece quando o repórter como comentarista, dos bastidores da redação, faz referência à própria produção do conteúdo, evidenciando dados e relatos importantes. Visualizamos esse modelo em “Infância ameaçada” (12/05), “Combate ao Crack” (21/04) e “Fé e política” (28/04).



Figura 6: Modelo de repórter-comentarista

Na análise detalhada da reportagem “Combate ao Crack” há mesclas entre a linguagem telejornalística tradicional e virtual. No modelo clássico, o repórter pode estar no cenário dos acontecimentos, mas raramente dialoga com os fatos narrados dentro dos bastidores da redação. Em algumas reportagens como “Combate ao Crack” isso é visível, dado que o formato faz referência à notícia no próprio ambiente em que ela é produzida. Essa transparência, característica da remediação (BOLTER; GRUSIN, 2000) é notada no ambiente virtual, em especial, quando usuários participam da produção colaborativa do conteúdo de webTVs.

“Combate ao Crack” possui duração de 5min29s, conta com 21 sonoras de 12 segundos alternadas com as imagens da “Cracolândia”, com média de 20 segundos. A narrativa coesa é firmada pela ausência de offs e ordenada pelas sonoras de modo a colaborar com a fluidez do conteúdo em contraponto ao excesso de edição, própria dos telejornais tradicionais. O mesmo entrevistado aparece relatando depoimentos diversas vezes. Foi o caso do dependente químico Thomas Watanabe Fantine, que apareceu em seis momentos. Esse número evidencia o enfoque dado aos viciados em contraste à fala de autoridades como o Antônio Carlos Malheiros, desembargador e coordenador do Centro de Referência de Álcool, Tabaco e Outras Drogas, que surgiu em três sonoras. Esse modelo é característico da estética documental e não segue o padrão clássico dos telejornais de matérias curtas e poucas sonoras.



Figura 7: Modelo padrão “caixa de texto”

Embora exista grande quantidade de sonoras nesta reportagem, o tempo de cada uma é relativamente curto, o que aproxima o formato da instantaneidade e capacidade de síntese características da web. Em algumas imagens o recurso textual “caixa de texto”²⁴ (Figura 7) aparece semelhante a capacidade sintética dos links, dado que fornecem informações adicionais, acompanhadas de trilhas sonoras instrumentais e do movimento de câmera *travelling* recorrente na linguagem documental (Figura 8). Neste caso, a intenção é direcionar o olhar *voyeur* do espectador para o universo dos viciados. Esse recurso pode surtir efeitos

²⁴ O “efeito caixa de texto” é um elemento textual enquadrado dentro das imagens, que fornecem informações exclusivas divulgadas pela reportagem que não estão inseridas na fala do repórter nem na do entrevistado. Esse recurso gráfico, que articula o verbal e o visual juntos, elimina a rigidez do discurso do repórter e valoriza o elemento estético com a capacidade de absorver mais facilmente as informações pelos sujeitos (CASTRO, 2009). Essa “caixa de texto” segue um padrão com as cores do jornal, mas algumas reportagens exigem uma mudança estética no design combinada com o tom tratado no vídeo.

diferenciados quando divulgados em multiplataforma, resultado da transparência na televisão ou da opacidade no ambiente virtual.



Figura 8: Recurso estético aliado à câmera travelling

O repórter como enviado especial (Figura 9) aparece no espaço onde acontece a notícia, levando para dentro do vídeo os acontecimentos reconfigurados (LEAL, 2009). Essa inserção, comum aos telejornais tradicionais legitima os dados narrados e apresenta ao público mais confiabilidade. No *TV Folha* a postura dos enviados é transformada pela inserção de características próprias da web.

Em “Tecnologia vestível” (05/05), a repórter como correspondente nos Estados Unidos mostra ao público como seria sair às ruas utilizando os óculos do *Google Glass*. Diferente da postura tradicional nas passagens de telejornais, a repórter aparece trajando roupas simples e sem maquiagem, próximo do ambiente informal da web.



Figura 9: modelo de repórter como enviado especial

A cobertura de “Três anos depois” (12/05) retrata em seis minutos as vítimas da enchente em Pernambuco. A reportagem aposta em dois enviados especiais que se dirigem as regiões afetadas e se revezam na cobertura de quatro cidades. Das seis passagens, a primeira delas de 16 segundos é realizada pelo repórter Leandro Colon, que descreve as promessas não

realizadas, apontando as áreas afetadas. Durante a fala, surge um mapa gráfico animado apresentando a localização geográfica das cidades de Pernambuco. Novamente a estética apurada da web, permite inovar com recursos didáticos que auxiliam ao espectador entender o desdobramento dos fatos. A segunda passagem, de 13 segundos é feita em dupla, e os dois repórteres, trajando roupas informais, exploram o cenário de uma cidade fantasma como sendo desolador. A opção de se escolher dois repórteres se deve ao grande volume de trabalho dos jornalistas polivalentes que além de fazerem a cobertura audiovisual, redigem para o impresso e para o site Folha.com (SALAVERRÍA, 2003).

O recurso “caixa de texto”, sempre acompanhado por trilhas sonoras, adquire pincelas artísticas personalizadas enquadradas à temática da reportagem. A cada cidade retratada na reportagem o recurso estético, encaixa informações e dados estatísticos sobre a data e número de casas que deveriam ser entregues pelo governo. A reportagem ainda investe em imagens de arquivos mescladas aos recursos textuais, são *suites* também utilizadas pelo jornal impresso e telejornais para fornecer ao público a expansão de novas informações sobre um fato anterior.

A reportagem caracterizada pelo repórter implícito contempla a maioria das reportagens e ocorre quando a narrativa dá voz aos personagens, diminuindo a sensação de interferência do mediador. Esse recurso é reflexo do processo de imediação nos quais se dá a impressão de que os próprios atores sociais comandam um fluxo de edição continuado, despertando mais atenção e entendimento do público à narração. Ela é construída por fios condutores, semelhantes à técnica de *collage*, de pequenos fragmentos que se unem para dar vida à reportagem, conforme o enfoque adotado.

Um dos exemplos desse modelo de reportagem está em “Quinto aniversário” (28/04), reportagem de cunho editorial que revela os bastidores do ensaio fotográfico de aniversário da revista Serafina, da Folha e exibe as sonoras dos participantes e responsáveis pelo projeto. Diferente do modelo tradicional, a reportagem, ausente de off e passagem, possui oito sonoras divididas nos 4 minutos e cinquenta e dois segundos. A estética personalizada dos fatos narrados está presente nos *GCs*, “caixa de texto”, no cenário em que se encontram os entrevistados e na postura que desenvolvem diante da câmera.

Por se tratar de um tema que remete ao cinema clássico brasileiro, os recursos estéticos da reportagem acompanham a tônica bem próxima à linguagem documental. A trilha sonora que percorre todo conteúdo é instrumental clássica. O formato serifado das letras (*letterings*) dos *GCs*, que identificam os entrevistados, acompanha um sublinhado grosso de

cores branco e preto. Durante a identificação da fonte, o enquadramento do personagem sofre uma redução, só possível devido às ferramentas de edição que realizam um movimento de contração lateral da imagem. Esse apuro estético pode ser comparado a dos conteúdos interativos animados nas plataformas multimídia da web.

A postura dos entrevistados é frontal diante da câmera: o olhar é direcionado ao espectador como se não houvesse interferência do repórter. Seja no suporte televisivo ou na internet, a sensação, nesse caso, é que o meio se torna transparente, direcionando o olhar do usuário-telespectador para onde o conteúdo se encontra, reiterando o processo de mediação cunhado por Bolter e Grusin (2000). Essa é uma possibilidade estratégica da narrativa transmídia, já que possibilita explorar a mensagem segundo a capacidade estética de cada meio, mas peca ao disponibilizar conteúdos idênticos em multiplataforma que não atendam a essa premissa.

Os entrevistados concedem entrevistas nos camarins ou no próprio cenário onde ocorreram as sessões fotográficas, vestidos com trajes dos personagens interpretados acabam reforçando a aproximação do público com a realidade dos fatos, possibilitada novamente pela mediação do conteúdo. O recurso textual da “caixa de texto” aparece ao final da reportagem em um fundo branco com letras na cor preta, seguido dos créditos finais no mesmo padrão, reiterando a aproximação da linguagem cinematográfica.

Outro formato recorrente no programa é a reportagem entrevista-debate (Figura 10). Ela está presente quando o apresentador, além de chamar a reportagem, discute em uma mesa determinado assunto com mais dois especialistas. A interatividade entre apresentador e especialistas nos remete aos chats e fóruns virtuais, nos quais usuários compartilham indagações e questionamentos sobre temas de interesse.

A postura do âncora é frontal em relação aos entrevistados que estão dispostos do outro lado da mesa. A câmera, por sua vez, trata de focalizar cada um durante suas falas. Ao fundo, observamos os bastidores da redação jornalística, reiterando novamente o caráter de instantaneidade e transparência da notícia, próprias do jornalismo na web (FERREIRA, 2008). Esse tipo de reportagem chama atenção pela ausência da passagem do repórter, dispensada devido ao debate promovido em estúdio.

Exemplo desse formato é a reportagem “Sem entrada” (05/05). Com duração total de 8min56s, o conteúdo é dividido em dois vt’s de 2min18s e 2min24s. Ao relatar a cabeça da reportagem, o apresentador quebra com o padrão televisivo e transmite extensas informações

cobertas por gráficos em formato de pizza, que ilustram didaticamente sua fala. Esse passo inicial, diferenciado do modelo clássico dos telejornais impulsiona o diálogo posterior.

O debate conta com a mediação do apresentador e a participação de dois jornalistas do grupo Folha. A sequência de falas dos especialistas é quebrada em dois momentos que sucedem a apresentação dos vt's. O formato rompe com o padrão tradicional ao transmitir uma cobertura ampliada do tema. Além disso, estabelece o vínculo com a linguagem da web ao fragmentar e valorizar a capacidade de síntese da informação em dois momentos.



Figura 10: modelo de reportagem entrevista - debate

A última vertente é a reportagem entrevista que ocorre em dois momentos: o primeiro (Figura 11) é durante o aparecimento explícito do repórter interagindo com o entrevistado semelhante a um bate-papo. Nesse estilo de reportagem, reiteramos a mudança do modelo clássico de reportagem para a sobrevalorização da interatividade entre fonte e repórter. Observamos o caso “Taxista das Estrelas” (12/05) em que o repórter participa da matéria, se colocando no lugar de outros clientes e mostrando ao público quais seriam as vantagens e as situações enfrentadas ao andar de táxi com um condutor no mínimo excêntrico.

O rompimento do padrão estético segue ao nível popularesco com pinceladas artísticas de flores e cores incorporadas no cenário da reportagem. Esse formato insere o repórter no universo do entrevistado ao trazer informações mais contundentes do que apenas capturar sonoras fragmentadas em qualquer ponto estratégico da cidade. Essa lógica se assemelha ao modelo transmídia, no qual os conteúdos fragmentados necessitam se unir para o entendimento do todo.



Figura 11: reportagem entrevista com aparecimento do repórter

No segundo modelo de reportagem entrevista, o repórter atua como questionador (Figura 12). A mediação ocorre justamente para que o público se atente a indagação do repórter, que trata de conseguir as respostas desejadas por meio de perguntas certas. Esse formato é visualizado em alguns momentos pelos telejornais clássicos, dado que provoca uma fluidez e transparência da narrativa ensaiada pela redução do nível de edição. A figura do repórter é ocultada, visto que a câmera centraliza a reação do entrevistado. Podemos perceber a interferência do repórter na reportagem, “Ilhados no farol” (05/05), no qual indaga um cabo da marinha, Diego Almeida Silva, sobre a abstinência sexual enfrentada pelos trabalhadores durante os meses ilhados no farol.



Figura 12: modelo de reportagem entrevista com questionamento do repórter

A reportagem de visualização de dados caracteriza-se a parte das estruturas anteriormente citadas e se aproxima do design para web. Esse modelo se assemelha a um grande infográfico, que utiliza uma ferramenta virtual em formato de helicóptero chamada “Folhacóptero”. O helicóptero virtualmente sobrevoa áreas e mapas elaborados pela equipe de animação gráfica. Ausente de entrevistados e repórteres, a reportagem se orienta a partir da locução em off, que narra as informações enquanto o “Folhacóptero” indica as áreas relatadas. Esse modelo funciona como um grande recurso didático que ensina ao público temas de

interesse desde a seca do nordeste, histórico da inflação, a nova base de pesquisas do Brasil na Antártica até a rota do papa na Jornada Mundial da Juventude.

Em todos os formatos de reportagens citados, observamos a presença de trilhas sonoras que dialogam com o ritmo e a estética de cada tema reportado. Na reportagem documental “A vez do passinho” (28/04) a trilha sonora apresenta músicas do gênero *funk* ajustadas entre imagens de clipes musicais e sonoras dos entrevistados. A trilha de “Três anos depois” (12/05) também ajuda a compor a dramaticidade do tema, com canções como Preparando o salto, do cantor Siba.

A reportagem “Cantando nas nuvens” (19/05) aliada a uma trilha mais alegre e por vezes dramática, a reportagem atinge o caráter humorístico com o rompimento do modelo tradicional dos telejornais. Ao levar o espectador para o universo musical do milionário Reinaldo Kherlakian, a reportagem ora enfoca na excentricidade, ora no dramalhão, justificando dessa forma a variação de gêneros sonoros.

Nas reportagens, chamamos de personagens os entrevistados que se apresentam de três maneiras. Como fontes oficiais: políticos, líderes e porta – vozes de empresas; fontes oficiosas: povo, ONGs, entre outros e fontes institucionais: colunistas e comentaristas da Folha que aparecem nas reportagens para complementar e opinar sobre um tema em questão.

As fontes oficiais nas reportagens do programa se encontram nos seus respectivos ambientes de trabalho, trajando estilos de roupas conforme o ambiente. Além disso, a utilização do microfone de lapela, que substitui o microfone de mão do repórter nos telejornais tradicionais, amplifica a ideia de redução da interferência de um mediador e reitera a transparência dos conteúdos relatados mais próximos da estética da web. Exemplificamos brevemente em “Porto 24 horas?”: a fonte oficial, Luiz Cláudio Macedo, fiscal federal agropecuário, utiliza trajes simples que dialogam com o ambiente portuário. Essa quebra de informalidade ocorre com o aparecimento do inspetor chefe da alfândega, Cleiton Alves Simões, que ao trajar uma roupa mais formal responde a um grau hierárquico acima do fiscal federal, anteriormente citado.

A mesma lógica acontece com as fontes oficiosas, presentes em todas as reportagens do programa: elas mantêm a postura frontal perante a câmera e utilizam trajes que se aproximam do cenário dos acontecimentos. Esse modelo acompanha os telejornais tradicionais, que é rompido quando o programa se apropria do microfone lapela, utilizados no formato documental, em substituição ao modelo em bastão. Esse recurso possibilita a fonte

mais liberdade e mobilidade para realizarem seus discursos, que são bloqueados com a utilização do microfone de mão.

Ao que corresponde às fontes institucionais, os colunistas e comentaristas do Grupo Folha se encontram sentados e utilizam trajes formais. São advogados, deputados, economistas que escrevem para o jornal impresso e para o virtual. As fontes institucionais em a “A vez do passinho” (com Ronaldo Lemos, advogado e colunista da Folha) e “Infância ameaçada” (com o filósofo e colunista da Folha, Luiz Felipe Pondé) surgem para adicionar informações técnicas, visto que relatam com propriedade os temas tratados. As fontes institucionais quebram com o modelo padrão dos telejornais, pois são figuras recorrentes, principalmente em núcleos de debate e chats promovidos pelos jornais na web.

A mudança no trato da narrativa é o que propõe o programa *TV Folha* ao seduzir o olhar do usuário-espectador que está sempre em busca do novo, principalmente diante do aumento no fluxo de informações digitais. Um conteúdo de qualidade estética que trabalhe em multiplataformas explorando versões das histórias jornalísticas é o que propõe a era da convergência aliada à narrativa transmídia. As reportagens, veiculadas no programa, têm grande potencial para se transformarem em um universo em expansão que sai da televisão e deslumbra as possibilidades da web, mas ainda não o faz. Principalmente por meio da hipertextualidade, ela prova os diversos caminhos a serem percorridos pelo usuário que acompanha o *webjournal* e navega pela internet.

Apesar de o programa resgatar características da web e do suporte televisivo para montar uma linguagem própria, o *webjournal* não se configura como um produto transmídia, pois não consegue expandir suas informações entre os usuários. Entretanto, inova no sentido de proporcionar ao público uma estrutura narrativa diferenciada e a utilização de novos padrões estéticos, que gradualmente podem se configurar como um universo transmídia em potencial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como objetivo principal investigar a existência de recursos e elementos característicos da narrativa transmídia no programa *TV Folha*, divulgado no suporte televisivo e na web. Buscamos observar se as experimentações de linguagens observadas na estrutura narrativa do programa, bem como os recursos estéticos, foram capazes de construir um universo transmídia potencializando o conteúdo principal e permitindo implantar novas histórias jornalísticas dentro do ambiente virtual da webTV.

O conceito de narrativa transmídia foi escolhido justamente pela capacidade de poder conectar linguagens narrativas em multiplataformas, possibilitando experimentar modos de narrar que superem as limitações do padrão canônico dos telejornais. Apesar da convergência de mídias sobreviver independente das narrativas transmídia, essa nova estética permite agregar e expandir conteúdos entre usuários fiéis à marca.

Segundo as características elencadas nesse trabalho, o programa não expande e constrói novas informações essenciais para se caracterizar como transmídia. Embora nosso corpus de análise diagnosticasse que o *TV Folha* se aproprie de alguns elementos e recursos secundários de transmídia, como a acessibilidade e a utilização de dispositivos tecnológicos, eles não são suficientes para concretizar a existência da narrativa transmídia. Entretanto tais características potencializam a experimentação de linguagens entre o analógico e o digital, oferecendo assim narrativa audiovisual jornalística que ultrapassasse o engessamento do modelo tradicional ao combinar estéticas de ambos os suportes, além de traços da linguagem documental.

Dessa forma, diagnosticamos que o objeto de estudo se enquadra em uma estratégia jornalística de *cross-media* (RENÓ, 2013), ou seja, o programa converge o mesmo conteúdo para o suporte televisivo e para a internet, deixando a livre escolha do usuário-espectador decidir por um dos meios. O formato em si traz uma narrativa audiovisual que rompe com os tradicionais telejornais, cópia do modelo americano, que vemos no circuito televisivo. Isso porque a era da convergência obriga as grandes corporações a se modificarem e trazerem conteúdos novos que capturem a atenção do sujeito. Por ser divulgado em dois suportes, o programa propõe uma experimentação de linguagens, com pinceladas da linguagem documental aliada à qualidade estética do jornalismo da web, que devem ser analisadas de maneira conjunta.

O *webjornal* TV Folha transmite em tempo real todo conteúdo no suporte virtual. Essa acessibilidade garante ao público alvo assistir ao programa mesmo fora do marco geográfico de origem. As reportagens são direcionadas para os fatos do cotidiano do paulistano. Outras de cunho mundial, o programa trata de resgatar acontecimentos que dialogam com a vida do brasileiro. Isso é feito de maneira didática, sempre explorando mapas e outros recursos gráficos para que o espectador-usuário tenha clareza nos argumentos expostos. Além disso, o programa valoriza a câmera sem cortes e os personagens que contam suas histórias sem a intervenção direta do repórter. Esses são processos de imediação, nos quais o conteúdo ganha maior destaque do que o próprio meio.

O *webjornal* TV Folha também resgata as características derivadas do telejornal: durante a presença de um apresentador conduzindo o programa diante dos bastidores da redação, na inserção de trilhas sonoras, nas passagens do repórter e na participação de entrevistados que focam pontos de vistas diferenciados. Essa mescla de características do suporte analógico e digital faz parte do processo de remediação (BOLTER *apud* SCOLARI, 2009), em que novos meios surgem a partir dos elementos das antigas plataformas. É a premissa de que o novo sempre é remodelado por meio de características antigas que não desaparecem, mas estão em constantes transformações principalmente derivado do ambiente convergente captado pelo fluxo de informações intenso.

Num cenário de cultura da convergência (JENKINS, 2008), nada mais coerente do que expandir e perpetuar a interatividade entre usuários em tempo real transformando a rede virtual em um grande circuito de câmbio de informações. O programa *TV Folha* pouco interage com o usuário e quando o faz é parte de uma estratégia de mercado no momento em que o apresentador convida o usuário para consumir o jornal impresso do dia seguinte e ter acesso à íntegra do programa pelo canal online da webTV. É a partir disso que a marca Folha tenta garantir a audiência em multiplataforma, por meio do acesso ao conteúdo via dispositivos móveis, mas sem pensar em fidelizar seus clientes e criar laços mais próximos como seria nas redes sociais.

A busca por diversos fragmentos que se conectam e formam um universo transmidiático aumentam as chances do acesso à informação, além de proporcionar um debate entre os usuários pertencentes à rede de conhecimento. O Grupo Folha poderia ampliar as possibilidades na web e no caso do *webjornal*, se disponibilizasse uma plataforma de

interação em tempo real com o conteúdo veiculado, aumentando assim as possibilidades de construção de um universo transmídia.

O *TV Folha*, após limitar o conteúdo do site, contribuiu para inibir as grandes possibilidades de expandir a narrativa e impõe barreiras à capacidade dos usuários de questionar livremente suas informações. O conteúdo narrativo ainda também é medido pela atualização constante e pelo *deadline* das redações, que por vezes limitam o debate de alguns assuntos, se distanciando da linguagem transmídia. É a partir daí que o poder do usuário-produtor é reduzido diante dos grandes veículos de comunicação, focalizados nas estratégias massivas de mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Bruno. **A narrativa jornalística e a construção do real:** como as revistas *Veja* e *IstoÉ* trataram a manifestação dos estudantes da Universidade de São Paulo em 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/araujo-bruno-a-narrativa-jornalistica-construcao-real.pdf>>. Acessado em 15 maio 2013.

BARBOSA, Suzana. **Bases de dados e Webjornalismo:** em busca de novos conceitos. In: Mesa Novas Tecnologias/Novas Linguagens do 4º Congresso da Sopcom, 2005, Santiago.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. **Narrativas jornalísticas audiovisuais:** um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL. Revista Galáxia. São Paulo, n. 18, p. 232-246, dez. 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2686/1733>>. Acessado em 15 maio 2013.

_____. **Mídia e jornalismo como formas de conhecimento:** uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. Revista Matrizes. São Paulo, n. 2, p. 231-250, jan/jul 2012. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/247>>. Acessado em 15 maio 2013.

BENETTI, Marcia; STORCH, Laura. **Jornalismo, convergência e formação do leitor.** Revista Matrizes. São Paulo, n. 2, p. 205-215, jan/jun 2011. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/67>>. Acessado em 20 abr. 2013.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation:** understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.

CAMPOS, Aline. Arquitetura da participação, construção de conhecimentos e ecologia cognitiva na web 2.0. In: AMARAL, Adriana; AQUINO, Maria; MONTARDO, Sandra (Orgs.). **Intercom Sul 2010:** Perspectivas da Pesquisa em Comunicação Digital. São Paulo: Intercom, 2010, p. 536-566.

CANAVILHAS, João. Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses. **Revista: Brazilian Journalism Research**, v.8, n. 1, p. 7-21, 2012.

CANITTO, Nelson. **A televisão na era digital.** São Paulo: Summus, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 11ª. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CASTRO, Maria. A linguagem da promoção no telejornalismo. In: GOMES, Itania (Org.). **Televisão e realidade.** Salvador: Edufba, 2009, p. 125-140.

COUTINHO, Iluska. Lógicas de produção do real no telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido nos telenoticiários. In: GOMES, Itania (Org.). **Televisão e realidade**. Salvador: Edufba, 2009, p. 61-74.

D'ANDRÉA, Carlos. **WebTVs no cenário da(s) convergência(s)**: a produção audiovisual por veículos jornalísticos de tradição impressa. In: 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, nov. 2012, Curitiba.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Reflexões midiáticas**: o texto televisivo. In: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), 2000. Disponível em: <www.eca.usp.br/alaic/chile2000/11%20GT%202000Discurso%20e%20Comunic/>. Acessado em 13 de maio 2013.

_____; CURVELLO, Vanessa. Telejornais: quem dá o tom? In: GOMES, Itania (Org.). **Televisão e realidade**. Salvador: Edufba, 2009, p. 61-74.

ERBOLATO, Mario. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Editora Ática, 2004.

FERREIRA, Giovandro; DALMONTE, Edson. **Webjornalismo, critérios de noticiabilidade e efeitos de sentido**. Revista Comunicação: Veredas. Marília, n. 7, p. 117-135, nov. 2008.

GOSCIOLA, Vicente. **Narrativa Transmídia**: a presença de sistemas narrativas integradas e complementares na comunicação e na educação. In: Encontro Nacional de hipertexto e tecnologias educacionais, 2011, Sorocaba.

HALL, STUART. **A identidade cultural da pós- modernidade**. São Paulo: Editora DP&A, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **Seven myths about transmedia storytelling debunked**. Disponível em: <<http://www.fastcompany.com/1745746/seven-myths-about-transmedia-storytelling-debunked>>. Acessado em 20 abr. 2013.

KARAM, Francisco. **Alguns apontamentos e um futuro aberto**: sociedade da informação e do conhecimento, convergência tecnológica, diversidade midiática e ciberjornalismo. Revista Famecos. Porto Alegre, v. 17, n.3, p. 278-285, set/dez. 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8195>>. Acessado em 20 abr. 2013.

KIELING, Alexandre. **Narrativas digitais interativas e o uso da tecnologia como narrador implícito**. Revista Famecos. Porto Alegre, v. 19, n.3, p. 739-758, set/dez 2012. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12898>. Acessado em 20 abr. 2013.

LACALLE, Charo. **As novas narrativas da ficção televisiva e a internet**. Revista Matrizes. São Paulo, n. 2, p. 79-102, jan/jul 2010. Disponível em: < <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/133> >. Acessado em 20 abr. 2013.

LEAL, Bruno. Telejornalismo e autenticação do real: estratégias, espaços e acontecimentos. In: GOMES, Itania (Org.). **Televisão e realidade**. Salvador: Edufba, 2009, p. 91-104.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2003.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital**. Buenos Aires: Paidós comunicación, 2005.

MARSHALL, McLuhan. **Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)**. 12ª. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

MASCARENHAS, Alan; FRANÇA, Andrea; NICOLAU, Marcos. **A morte transmidiática de Osama bin Laden: remediação em jornalismo na cibercultura**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. São Paulo, v. 9, n. 1, p 121-135. jan/jun 2012.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. Tradução: Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

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

NOGUEIRA, Leila. O Webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online. **Dissertação** (Mestrado). Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

PICCININ, Fabiana. **“Tudo ao mesmo tempo e agora”**: análise da cobertura de cotidiano no *TV Folha*. In: 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2012, Curitiba.

PRIMO, Alex. **Interação mediada pelo computador**. São Paulo: Sulina, 2007.

RENÓ, Denis; FLORES, Junior. **Periodismo transmedia**: reflexiones y estrategias de los medialabs en el desarrollo de la comunicación transmediática. Madrid: Complutense de Madrid, 2012.

_____. **A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística**. Revista C&S. São Bernardo do Campo, v. 34, n.2, p. 141-161, jan/jun. 2013.

_____. **Periodismo, Redes Sociales y Transmedia**. Revista Razón y Palabra. México, n.78, nov/jan 2012.

_____. **Cross –media ou transmídia?** Confusões da nova ecologia dos meios. Común e Persoal. Disponível em: < <http://comunepersoal.wordpress.com/2013/04/12/denis-porto-reno-cross-media-o-transmidia/>>. Acessado em 19 maio 2013.

_____; VERSUTI, A.C; MORAES, E; GOSCIOLA, V. **Narrativas transmídia**: diversidade social, discursiva e comunicacional. Revista Palabra- Clave. Colombia, v. 14, n. 2, dez 2011. Disponível em:< http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=649213290_02>. Acessado em 15 abr. 2013.

_____. **Novas mediações folkcomunicacionais a partir da narrativa transmídia**. Revista Internacional de Folkcomunicação. São Paulo, v. 1, n. 18, 2011.

SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José. **La convergencia tecnológica en los medios de comunicación**: retos para el periodismo. Revista Trípodos. Barcelona, n. 23, p. 31-47, 2008.

_____. **Convergencia de Medios**. Revista Chasqui, n. 81, p. 32-39, 2003.

SCOLARI, Carlos. **Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo**. Revista Diálogos de la Comunicación, n. 77, p. 1-7, jul/dez. 2008. Disponível em: <http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf>>. Acessado em 13 abr. 2013.

_____. **Alrededor de la(s) convergencia(s)**. Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. Revista Signo y Pensamiento. Bogotá, v. 28, n. 54, p. 45-55, jan/jul 2009.

_____. **Narrativas Transmedia**: cuando todos los medios cuentan. España: Planeta de Libros, 2013.

SOUZA, Maurício. Jornalismo e cultura da convergência: a narrativa transmídia na cobertura do cablegate nos sites El País e Guardian. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação Midiática). Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011.

SQUIRRA, Sebastião. **A convergência tecnológica**. Revista Famecos. Porto Alegre, n.27, p. 79-88, ago. 2005. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3324>>. Acessado em 20 abr. 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, vol. II: A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

VENTURA, Mauro. **Hipertexto, noticiabilidade e teoria do jornalismo na web**. Revista Líbero. São Paulo, v.12, n.23, p. 75-84, jun. 2009.

VIEIRA, Soraya Maria Ferreira. **Existe qualidade na repetição televisual?** In: XXV Congresso Brasileiro de Comunicação, 2001, Campo Grande.