

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO  
NÍVEL DOUTORADO**

**MARIA CLARA AQUINO**

**CONVERGÊNCIA ENTRE TELEVISÃO E WEB:  
PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO ANALÍTICA**

**Porto Alegre  
2012**

**MARIA CLARA AQUINO**

**CONVERGÊNCIA ENTRE TELEVISÃO E WEB:  
PROPOSTA DE CATEGORIZAÇÃO ANALÍTICA**

**Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Informação.**

**Aprovada em 02 de abril de 2012**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Raquel da Cunha Recuero (UCPEL)

---

Prof. Dr. Juremir Machado da Silva (PUCRS)

---

Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda (PUCRS)

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Suely Fragoso (UFRGS)

**Porto Alegre  
2012**

## **AGRADECIMENTOS**

À minha orientadora, Nilda Jacks, que me acolheu, me ajudou a recomeçar com novas ideias e me mostrou o valor de uma orientação com excelência e dedicação.

À Marcia Benetti que me levou à Nilda.

Aos meus pais, pela força constante, longe ou perto. Por serem meus pais.

À minha irmã Cristiane, pelo apoio, motivação e ajuda com a edição.

Aos meus amigos, em especial à Paula e ao Roberto, pelo incentivo verbal e gastronômico e incontáveis momentos agradáveis que não se findam com a tese; e ao Falcão pela amizade e pelos debates ;)

Ao Daniel, pela ajuda com a edição e por ter tornado a finalização dessa tese mais doce e leve <3

Ao Gus Bozzetti, pelo design das imagens.

*O que me incentivava? Acho que a maioria das pessoas criativas quer manifestar o seu apreço por ser capaz de tirar partido do trabalho feito por outros antes. Não inventei a língua ou a matemática que uso. Preparo pouco da comida que como, e nenhuma das roupas que visto. Tudo que faço depende de outros membros da nossa espécie e dos ombros sobre os quais ficamos em pé. E muitos de nós querem dar uma contribuição para nossa espécie também e acrescentar alguma coisa ao fluxo. Tem a ver com tentar expressar algo da única maneira que a maioria de nós é capaz de fazer – porque não somos capazes de escrever as canções de Bob Dylan, ou as peças de Tom Stoppard. Tentamos usar os talentos que temos para expressar nossos sentimentos profundos, para mostrar nosso apreço por todas as contribuições feitas antes de nós e para acrescentar algo ao fluxo. Foi isso que me motivou.*

**[Steve Jobs, 2011]**

## **RESUMO**

A expressão *convergência midiática* aparece com frequência na produção acadêmica e na imprensa. Alguns esforços conceituais sobre o termo consideram apenas aspectos técnicos, entendendo o fenômeno somente como a reunião de diversas mídias em um único ambiente ou dispositivo, sem abordar questões sociais e culturais. Por outro lado, outras argumentações abordam o envolvimento dos indivíduos na constituição da convergência, sem privilegiar a análise do elemento tecnológico. A partir dessa diversidade de posicionamentos, através de um movimento teórico-epistemológico estuda-se a convergência entre a televisão e a web a partir de uma crítica sobre a abrangência do conceito para superar seu enfoque tecnicista, porém sem desconsiderá-lo, além de estudar também os níveis social e cultural. O conceito é desdobrado em categorias analíticas, que são interdependentes. Em cada uma são discutidas transformações no processo de convergência nos níveis técnico, social e cultural. Verifica-se na produção teórica a predominância do entendimento sobre convergência como um processo essencialmente tecnológico, que ainda subestima questões sociais e culturais diante do desenvolvimento de novos modelos de comunicação baseados em processos mais flexíveis de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Convergência midiática – web – televisão – mídia – teoria da comunicação – Internet – tecnologias digitais

## **ABSTRACT**

*Media convergence* is an expression that appears frequently in academic research and in the press. Some conceptual efforts about the term only consider technical aspects, understanding the phenomenon only as the combination of diverse media in a single environment or device, without addressing social and cultural issues. On the other hand, further arguments regarding the involvement of individuals in the constitution of convergence, without probing the analysis of the technological element. From this diversity of positions, this research makes a theoretical and epistemological movement to study the convergence between television and the web from a criticism of the scope of the concept to overcome your technician focus, but not disregard it, and also studying the social and cultural levels. The concept is dismembered in analytical categories, which are interdependent. In each of these categories transformations are discussed in the convergence process at technical, social and cultural levels. In theoretical production there is the prevalence of an understanding that convergence is an essentially technological process. This understanding underestimates social and cultural issues facing the development of new communication models based on more flexible processes of production, circulation and consumption of media content.

## **KEYWORDS**

Media convergence – web – television – media – communication theory – Internet - digital technologies

## LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Quadro 1: As três gerações da televisão .....	36
Quadro 2: Classificação da história da televisão .....	45
Quadro 3: Consumo de mídia no Brasil .....	56
Quadro 4: Definições sobre convergência .....	96
Quadro 5: Interação através dos meios de comunicação .....	127
Quadro 6: Interatividade: o primeiro pressuposto para a convergência .....	135
Quadro 7: Hipertextualidade: a importância do link, da não-linearidade e da criação coletiva .	146
Quadro 8: Multimídia: nem caixa mágica, nem caixa preta .....	155
Quadro 9: Armazenamento: a configuração de uma memória digital e coletiva .....	162
Quadro 10: Mobilidade: a convergência em movimento .....	169
Quadro 11: Visibilidade: novas formas e o impacto das tecnologias contemporâneas .....	177
Quadro 12: Personalização: liberdade de escolha e individualização de conteúdos .....	185
Quadro 13: As transformações: níveis técnico, social e cultural .....	188
Figura 1: Genealogia do conceito de convergência midiática .....	113
Figura 2: Esferas Midiáticas .....	175
Figura 3: Interdependência das categorias do conceito de convergência entre televisão e web..	189

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
JUSTIFICATIVA.....	15
a) A escolha do tema.....	15
b) Televisão e web.....	17
c) A produção no campo da Comunicação.....	19
QUESTÃO DE PESQUISA.....	28
OBJETIVOS.....	29
OBJETIVO GERAL.....	29
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	29
1. A TRAJETÓRIA TECNOLÓGICA DA TELEVISÃO: APROXIMAÇÕES ENTRE TELEVISÃO E WEB.....	30
1.1. Periodizações da televisão.....	33
1.2. A relação entre televisão e web e os mitos da substituição de um meio pelo outro: Transformações técnicas, sociais e culturais da televisão a partir dos processos de digitalização ...	51
2. CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA: PENSANDO E REPENSANDO O CONCEITO.....	73
2.1. As origens do conceito.....	73
2.2. Desenvolvimento conceitual: princípios norteadores da convergência.....	81
2.2.1. Conexão.....	81
2.2.2. Interatividade e Participação.....	85
2.2.3. Materialidade.....	90
2.3. Pensando e repensando: a discussão sobre o conceito.....	94
2.4. A genealogia do conceito de convergência midiática.....	110
3. CONVERGÊNCIA ENTRE TELEVISÃO E WEB: O DESDOBRAMENTO DO CONCEITO E AS TRANSFORMAÇÕES TÉCNICAS, SOCIAIS E CULTURAIS.....	114
3.1. Movimento teórico-epistemológico.....	115
3.2. O desdobramento e suas implicações.....	122
3.2.1. Interatividade: o primeiro pressuposto para a convergência.....	122
3.2.1.1 A participação e o compartilhamento como subcategorias da interatividade ...	131
3.2.2. Hipertextualidade: a importância do link, da não-linearidade e da criação coletiva....	136
3.2.3. Multimídia: nem caixa mágica nem caixa preta.....	147
3.2.4. Armazenamento: a configuração de uma memória digital e coletiva.....	156
3.2.5. Mobilidade: a convergência em movimento.....	162
3.2.6. Visibilidade: novas formas e a potencialização pelas tecnologias digitais.....	170
3.2.7. Personalização: liberdade de escolha e individualização de conteúdos.....	178
3.3. Convergência entre televisão e web: interdependências e transformações.....	186
3.3.1. As transformações: níveis técnico, social e cultural.....	186
3.3.2. Interdependências.....	188
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	193
REFERÊNCIAS.....	199



## INTRODUÇÃO

Em 1993, *Muito Além do Cidadão Kane*<sup>1</sup>, documentário britânico de autoria de Simon Hartog, foi exibido pelo *Channel 4*, uma rede pública de televisão do Reino Unido. A obra apresenta a Rede Globo como um grupo de comunicação dominante e o uso de seu poder e de suas relações políticas para o exercício de ações manipuladoras, com o objetivo de controlar a opinião pública no Brasil, desde a época da ditadura militar no país. O alvo das críticas do documentário foi Roberto Marinho, ex-presidente e fundador da Globo, falecido em 2003 e na obra comparado a Charles Foster Kane, personagem de Orson Welles, em *Cidadão Kane*, drama de ficção com base na trajetória de William Randolph Hearst, magnata da comunicação americana. Assim como Hearst fazia no drama de Welles, Roberto Marinho era acusado no documentário de Hartog de manipulação de notícias com o objetivo de influenciar a opinião dos telespectadores da Rede Globo.

Dentre os fatos que narra, o documentário apresenta o apoio da Rede Globo a ditadura militar brasileira; a parceria com o grupo americano Time Warner; práticas entendidas como de manipulação como um auxílio para a efetivação de uma fraude nas eleições de 1982 para impedir a vitória de Leonel Brizola; a cobertura tendenciosa do movimento das *Diretas Já* em 1984, quando a Globo noticia como um evento de comemoração do aniversário de São Paulo o que na verdade era um comício político; a transmissão manipulada do debate no segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 1989, entre Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Mello, de modo a favorecer este último; e também uma controversa negociação que envolvia ações da NEC Corporation e contratos governamentais, nos anos em que José Sarney era presidente da República. Além desses fatos, *Muito Além do Cidadão Kane* traz depoimentos de personalidades brasileiras como o cantor e compositor Chico Buarque de Hollanda, os políticos Leonel Brizola e Antônio Carlos Magalhães, o ex-Ministro da Justiça Armando Falcão, o publicitário Washington Olivetto, o escritor Dias Gomes, os

---

<sup>1</sup> O título original da obra é *Beyond Citizen Kane*.

jornalistas Walter Clark, Armando Nogueira e Gabriel Priolli e o ex-presidente do Brasil Luís Inácio Lula da Silva.

O documentário teria sua primeira exibição pública no Brasil em 1994, no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, mas a polícia recebeu uma ordem judicial para apreender os cartazes de divulgação e a cópia do filme e ainda a liberdade de multar a administração do museu em caso de desobediência. Três dias após esse incidente, o secretário de cultura acabou demitido do cargo. No entanto, a exibição da obra no Brasil não foi impedida, e durante os anos 90 foi passada em universidades e em eventos.

Em 1995, a Rede Globo acionou a Justiça na tentativa de apreender as cópias disponíveis nos arquivos da Universidade de São Paulo (USP), mas o pedido foi indeferido. A Rede Record comprou os direitos de transmissão do documentário, no entanto a exibição foi proibida pela Justiça. Essa proibição, no entanto, não foi empecilho para a replicação de *Muito Além do Cidadão Kane*. Diversas cópias ilegais em VHS começaram a circular no país desde então. Mas, foi a Internet a principal responsável pelo aumento das visualizações do documentário pelos cidadãos brasileiros.

Inicialmente disponibilizado na Internet em arquivos online, circulava através de redes *p2p* (*peer-to-peer*), para logo em seguida começar a ser gravado e distribuído, de forma ilegal, em outros suportes como CDs e DVDs, ampliando ainda mais as visualizações. Com a popularização do YouTube<sup>2</sup> nos anos 2000, o número de visualizações cresceu ainda mais. Uma busca no YouTube, feita com o título do documentário, hoje<sup>3</sup>, retorna cerca de 260 resultados. A maior parte desses resultados são fragmentos do vídeo, que não aparece inteiro no YouTube devido à capacidade de *upload* limitada do sistema. Ainda assim, a primeira parte apresenta quase 600 mil visualizações, e para assistir todo o documentário basta acessar todas as partes, disponíveis no site.

O documentário ganhou visibilidade na web não apenas em sites para publicação de vídeos, mas também em outros endereços que disponibilizam a obra inteira ou trechos da mesma, indicam links de espaços online onde é possível assisti-la, além de publicarem textos e imagens sobre o documentário. Uma busca no Google, feita com o título do documentário,

---

<sup>2</sup> <http://www.youtube.com>

<sup>3</sup> Fonte:

[http://www.youtube.com/results?search\\_query=muito+al%C3%A9m+do+cidad%C3%A3o+kane&aq=f&aqi=&aql=&gs\\_sm=e&gs\\_upl=1822172991017426136133141231271113511142112-3.21510](http://www.youtube.com/results?search_query=muito+al%C3%A9m+do+cidad%C3%A3o+kane&aq=f&aqi=&aql=&gs_sm=e&gs_upl=1822172991017426136133141231271113511142112-3.21510) Pesquisa realizada no campo de busca do YouTube no dia 04/12/2011.

hoje<sup>4</sup> retorna mais de 895 mil resultados em páginas web, em português, mais de 91 mil resultados em imagens e mais de 300 resultados em vídeos<sup>5</sup>.

Percebe-se claramente o poder da Internet e da web de potencialização da disseminação e da visibilidade desse conteúdo. Proibido de ser veiculado de forma legal, ainda assim o documentário circulou nos videocassetes de universidades e de algumas residências, através de cópias produzidas em dispositivos analógicos. Quando digitalizado e disponibilizado na Rede, sua distribuição foi potencializada. A facilidade de acesso aos conteúdos online possibilitada através de diversas ferramentas de armazenamento e recuperação de arquivos disponíveis na Internet, como, por exemplo, as redes *p2p*, também foi um fator decisivo para a potencialização da disseminação desse vídeo. Quanto mais esse tipo de rede, bem como a web com suas ferramentas de publicação de conteúdo por qualquer internauta, foram se popularizando e proliferando, mais foi aumentando a facilidade de uma informação, uma mensagem, um arquivo, um conteúdo de qualquer formato tornar-se acessível, visível a qualquer indivíduo conectado.

Produção, circulação e consumo são processos que há algum tempo já não mais se limitam a mídia dita oficial. Martín-Barbero (2007) reflete sobre tais processos, afirmando que a revolução tecnológica insere nas sociedades não apenas novos instrumentos técnicos, novas máquinas, mas é responsável por reconfigurar as relações entre processos simbólicos e formas de produção e distribuição, criando assim um novo modo de produção diretamente associado a um novo modo de comunicar.

Os impactos dos processos de digitalização de conteúdos e do surgimento e popularização da Internet e da web incidem em diversas áreas e em diversos setores das sociedades, mas é nos meios de comunicação e nos processos comunicacionais que imprimem as maiores transformações. A evolução dos meios de comunicação demonstra, cada vez mais, a reconfiguração dos papéis, antes claramente definidos, de emissor e receptor. O desenvolvimento

---

<sup>4</sup> Pesquisa realizada no campo de buscas do Google no dia 04/12/2011.

<sup>5</sup> No programa Dossiê, do canal Globo News, veiculado no dia 26 de novembro de 2011, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, confessa que houve manipulação, por parte da Rede Globo, no debate entre, os na época candidatos, Fernando Collor e Lula, em 1989. A matéria foi veiculada na televisão e logo estava disponível no Youtube e em diversos sites e blogs que comentavam o assunto. <http://g1.globo.com/videos/globo-news/dossie-globo-news/t/todos-os-videos/v/a-historia-da-tv-brasileira-nas-palavras-de-jose-bonifacio-de-oliveira-sobrinho-o-boni/1710607/>. Acesso em: 04/12/2011.

da tecnologia e os usos e as apropriações da mesma feitos pelos indivíduos no estabelecimento de seus processos comunicacionais são os principais definidores dessa reconfiguração.

O século XX é considerado o período da revolução eletrônica, quando surgem o rádio, a televisão, a ARPANET (que viria a se transformar na Internet) e a comunicação via satélite. No século XXI vê-se a conexão como marca principal; a conexão entre pessoas e informações, a ocorrência de uma cultura participativa e finalmente, a alteração no processo de comunicação que passa de um-todos para todos-todos<sup>6</sup>.

O exemplo do documentário *Muito Além do Cidadão Kane* demonstra a representatividade da Internet e da web em termos de distribuição e visibilidade de um conteúdo, independente de seu formato – vídeo, áudio, texto ou imagem – e também independente da propriedade intelectual desse conteúdo. Nesse caso, é importante esclarecer que este projeto não pretende abordar questões sobre direito autoral na Internet. O ponto a que se quer chegar aqui, com o uso deste documentário como exemplo do poder de potencialização da distribuição e da visibilidade de um conteúdo disponibilizado na Internet, é o de que tais processos em conteúdos das mídias impressa e audiovisual já não mais se limitam aos seus meios e suportes originários. Pelo fato de suportar o armazenamento e possibilitar a visualização de formatos originalmente analógicos, como a escrita e o audiovisual, a Internet, a web e as tecnologias digitais geram o estabelecimento de um novo fluxo de conteúdos midiáticos que circulam não mais em um único canal, mas por vários. Esses conteúdos não mais se restringem a um único meio de comunicação, de forma que sua visibilidade é potencializada pelo processo de digitalização da comunicação que, além de ampliar as formas de veiculação, altera as funções dos indivíduos dentro dos processos comunicacionais, impactando diretamente nas interações entre os indivíduos em si, bem como nas interações entre esses indivíduos e os conteúdos que consomem e redistribuem através dessa diversidade de canais.

A potencialização da visibilidade e da distribuição ilustradas do exemplo aparecem ao lado da convergência entre dois meios, que deve ser pensada no momento em que o conteúdo tem a possibilidade de circular por diferentes suportes oriundos da televisão e da web como meios de origem. É nesse sentido que surgem as preocupações que norteiam a proposta dessa

---

<sup>6</sup> Referência: Ibope ConectMídia. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/conectmidia/estudo/index.html>  
Acesso em 14/02/2011.

pesquisa que levam ao entendimento de que o conceito de convergência possui diferentes elementos que devem ser pensados quando da relação entre televisão e web.

Novas formas de produção e circulação, em termos de emissão e recepção nesse último caso, implicam, necessariamente, em novas formas de consumo, de maneira que todas essas possibilidades demandam a reflexão sobre as transformações decorrentes da evolução técnica e de consequentes alterações sociais e culturais decorrentes de usos e experimentações recentes. Características de meios analógicos e digitais se misturam e se torna necessário prestar a atenção às interferências dessas relações não apenas no âmbito da tecnologia, mas em termos sociais e culturais, diante da adoção de novos comportamentos em sociedade relacionados à produção e ao consumo de conteúdos midiáticos. Dessa forma, o foco dessa tese está na relação que se estabelece entre a televisão e a web, tendo em vista o entendimento do conceito de convergência midiática entre esses dois meios, buscando explorar as transformações sociais, culturais e técnicas provocadas pelo fenômeno.

A tese está estruturada em um movimento teórico-epistemológico que serve de base para a realização do desmembramento do conceito de convergência entre televisão e web em categorias analíticas. O movimento epistemológico volta-se para a cartografia do campo acerca do tema aqui estudado, visando mapear a produção sobre o assunto. O movimento teórico procura investigar a origem do conceito, com o objetivo de identificar as diversas perspectivas adotadas pelos autores na elaboração de suas argumentações sobre o conceito de convergência. A partir desses movimentos, são traçadas categorias que compõem o conceito de convergência entre televisão e web.

No primeiro capítulo, inicia-se o movimento epistemológico e lança-se as bases do movimento teórico através de um levantamento sobre periodizações da televisão com foco em sua evolução tecnológica. Apresentam-se diversas propostas que mapeiam a trajetória do meio e direciona-se essa abordagem para o impacto do desenvolvimento da tecnologia nas práticas sociais, culturais e técnicas em torno da comunicação estabelecida através da televisão. O capítulo também expõe aproximações entre a televisão e a web para mostrar como as relações entre um meio originalmente analógico e outro originalmente digital têm acontecido. O movimento teórico é acentuado a partir do segundo capítulo quando inicia-se um resgate sobre as origens do conceito de convergência, recuperando o significado do termo. Em seguida, trabalha-se com questões sobre participação e interatividade, conexão e materialidade para, logo após, tensionar uma

reflexão a respeito da produção teórica sobre o tema. O terceiro capítulo apresenta as categorias analíticas construídas ao longo da elaboração dos dois primeiros capítulos e esmiúça cada uma delas explorando as implicações técnicas, sociais e culturais nas relações estabelecidas entre televisão e web. O capítulo encerra com um quadro que resume as principais transformações em cada nível analisado em cada categoria e um organograma de interdependência das categorias, acompanhado de considerações a respeito da necessidade que a convergência entre televisão e web pressupõe de ser estudada a partir de todas as categorias propostas.

## JUSTIFICATIVA

### a) A escolha do tema

A motivação para a elaboração dessa tese surge no momento em que se percebe a proliferação de matérias jornalísticas sobre o tema da convergência midiática, bem como a retomada do debate sobre o conceito no meio acadêmico. Anteriormente realizada por autores que serão aqui apresentados no capítulo que apresenta as origens sobre o conceito de convergência, como, por exemplo, POOL (1983, 1990); NEGROPONTE, (1995); LÉVY (1993; 2003); LEMOS (2002); CASTELLS (2003); PELLANDA (2001, 2003); SANTAELLA (2003); FRAGOSO (2005, ONLINE); JENKINS (2006, 2008); dentre outros, a discussão em torno do conceito parece ter sido reativada após a popularização da Internet, da web e das tecnologias digitais de comunicação e informação, como se estas fossem definidoras do conceito. No entanto, as origens do referencial teórico sobre o mesmo são anteriores, tendo início em torno das décadas de 70 e 80, e se fortalecendo junto com o desenvolvimento de tecnologias digitais de comunicação.

Em termos de mídia, desde as primeiras experimentações com a Internet e, depois com a web e demais tecnologias digitais de comunicação, o panorama midiático vem se alterando. Essa afirmação é encontrada em textos acadêmicos, dos mais ensaísticos aos mais detalhados empiricamente, e em matérias jornalísticas, desde as escritas apenas para seguir a avalanche de informações sobre o tema até às que buscam em fontes acadêmicas justificativas de tais alterações no cenário midiático do século XXI. Diante dessa proliferação de discursos em torno da possibilidade de um novo panorama da comunicação, antes de qualquer argumentação a ser construída nesse trabalho, o que se busca entender é a essência do conceito de convergência midiática.

O termo “convergência”, segundo Corrêa & Corrêa (2007, online), possui definições ambíguas, tem sido usado de forma exaustiva e diversificada em múltiplos contextos e “em toda a literatura que envolve o *status* das mídias contemporâneas, as tecnologias digitais de

informação e comunicação – TIC's, a cibercultura, as linguagens e narrativas, apenas para ficarmos no campo maior das Ciências da Comunicação”. Não se partilha aqui do entendimento, encontrado de forma recorrente na literatura estudada, de que a convergência midiática ocorre apenas com a transposição de diferentes mídias e formatos midiáticos para o ambiente online. No entanto, considera-se a Internet e suas funcionalidades essenciais na elaboração de um entendimento sobre o conceito de convergência hoje, já que desde a popularização da web e de suas ferramentas de comunicação digital, não há mais como problematizar a ideia de convergência sem pensar também na comunicação digital.

Como se poderá perceber ao longo do segundo capítulo, no atual contexto, a Internet, a web e as tecnologias digitais assumem um posicionamento definitivo no delineamento do processo de convergência midiática ao influenciarem diretamente nas reconfigurações das relações entre produtores e consumidores de conteúdos midiáticos. Tais reconfigurações consequentemente alteram os processos comunicacionais, na medida em que intensificam, transformam e dinamizam as interações sociais estabelecidas através desses processos. Além disso, o investimento realizado pelos meios de comunicação de massa em tecnologias digitais e profissionais de Tecnologia de Informação (TI) atesta que tais meios já não se configuram mais totalmente como analógicos em termos técnicos em relação aos processos de produção e transmissão de conteúdos midiáticos. As tecnologias digitais e a Internet têm atuado de forma a se transformarem em ferramentas básicas nos processos de produção de conteúdos de meios como a televisão, o rádio, o jornal e as revistas - meios originalmente considerados de massa - bem como também vêm exercendo um papel de destaque ao integrarem esses conteúdos e influenciarem na transmissão e redistribuição dos mesmos.

A proliferação de dispositivos tecnológicos que desempenham cada vez mais funções também é um fator de destaque a ser considerado no estudo sobre o processo de convergência midiática. Ao mesmo tempo em que se visualiza o crescimento do acesso à Internet, o avanço da banda larga e também das conexões sem fio, a diversidade de aparelhos que permitem o acesso às redes também aumenta. Diante da multiplicidade de dispositivos, há que se repensar estratégias e modos de produção dos conteúdos midiáticos, tendo em vista que os consumidores desses conteúdos estarão os acessando a partir de diferentes dispositivos, inseridos nos mais diferenciados contextos de recepção. Assim, as alterações perpassam não apenas o âmbito técnico, em função dos dispositivos utilizados para o consumo de conteúdo, mas também pelas formas de produção e pelas maneiras de recepção, influenciadas não só pelos contextos e aparatos tecnológicos, como também,



e talvez principalmente, pelas possibilidades de interação mediadas por tal conjunto de tecnologias, que interferem diretamente nos níveis social e cultural da sociedade.

### **b) Televisão e web**

A partir desse posicionamento, julgou-se pertinente repensar e problematizar a discussão sobre o conceito de convergência midiática a partir da relação entre a televisão e a web, buscando explorar o fenômeno a partir de um estudo que contemplasse uma pesquisa sobre a aproximação entre os dois meios não apenas no âmbito tecnológico, mas que também abrangesse questões sociais e culturais. A delimitação desse estudo em torno da televisão e da web, excluindo assim os outros meios de comunicação, deve-se à abrangência da televisão no Brasil, assim como o crescimento da web no país. A pesquisa Mídia Dados Brasil 2011<sup>7</sup>, indica que em 2010 o índice de penetração da TV foi de 97%. A percentagem indica a quantidade de indivíduos questionados que responderam que a assistem ao menos uma vez por semana. Em relação ao número de domicílios com televisão a pesquisa indica a projeção de 95,1% em 2011. Os números demonstram a importância deste meio na vida dos brasileiros.

Em termos de Internet e web, de acordo com pesquisa realizada pelo Ibope Nielsen Online, em agosto de 2010 o número de usuários brasileiros cresceu 5,9%, passando de 39,3 milhões para 41,6 milhões de internautas. O número total de pessoas com acesso no trabalho e em casa chegou a 51,8 milhões, uma evolução de 6,5% em relação ao mesmo período de 2009<sup>8</sup>. O órgão de pesquisa também aponta um crescimento no tempo de navegação do brasileiro que, de 44 horas e 59 minutos, passou a 69 horas e 55 minutos de navegação por mês<sup>9</sup>. Na maior parte dos países industrializados, segundo Lévy (2010, p. 10), cerca de 80% da população possui conexão à Internet em casa e o mesmo ocorre nas classes médias urbanas da maior parte dos países em desenvolvimento. O autor afirma que o Brasil, ao lado da Rússia, da Índia e da China, tem uma das taxas mais elevadas no aumento das conexões.

---

<sup>7</sup> MÍDIA dados Brasil 2011 São Paulo, SP: Grupo de Mídia, 2011. Disponível em: <http://midiadados.digitalpages.com.br/home.aspx?edicao=3> Acesso em: 04/12/2011.

<sup>8</sup> Fonte:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=Not%EDcias&docid=0A276B95D145374B832577B6007A5F6A> Acesso em: 11/02/2011.

<sup>9</sup> Fonte:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=Not%EDcias&docid=0C603C3C20140371832575F3004B038C> Acesso: 11/02/2011.

Sobre a web, além de indicadores numéricos que demonstram o desenvolvimento do meio como justificativa para compor este estudo, há, antes de tudo, que se considerar a influência dos processos de digitalização na sociedade como um todo, bem como sobre a televisão enquanto meio de comunicação. Cannito (2010, p. 15) diz que “a tecnologia digital é a maior revolução que já ocorreu na história das mídias”, sendo a digitalização algo mais do que uma mídia e uma tecnologia, mas uma prática cultural que exerce impacto sobre todas as outras mídias. O autor alerta para que não se confunda o digital com a Internet, mídia especificamente digital. Para ele, o digital vai além da internet, transformando outras mídias, que passam então a sofrer a influência dessa nova cultura digital.

É dessa cultura digital que, segundo Cannito (2010), surge o que se pode chamar de convergência de mídias. Dentro desse universo midiático, no qual se inserem diversos meios de comunicação como a televisão, o jornal, a revista, o rádio e o cinema, surgem novas práticas baseadas nos processos de digitalização, que convertem os átomos em bits (NEGROPONTE, 1995), tendo-se então o impacto técnico desse processo. No entanto, tais alterações não se estabelecem apenas no âmbito técnico dos processos de produção e consumo midiáticos. Há também que se observar as transformações sociais e culturais que se configuram diante de novas práticas comunicacionais, tanto por parte de produtores quanto de consumidores de conteúdos midiáticos.

É nesse sentido que se pode aqui recuperar a abordagem de Jensen (2010) sobre a convergência dos meios através das redes, dos meios de massa e da comunicação interpessoal. O autor destaca o papel dos indivíduos no estabelecimento dos processos comunicacionais travados através das tecnologias digitais de comunicação que hoje interagem com os meios de massa. Jensen (2010) toma como base a importância da ação social, de modo que “in the end, communication has consequences for human agency and social practice”<sup>10</sup>. Logo, desde o início desse trabalho, procura-se deixar claro a intenção de tensionar o conceito a partir dos vieses técnico, social e cultural, de forma a constituir um movimento dialético entre esses três âmbitos. A ênfase dada por Jensen (2010) à ação social pauta as bases desse trabalho, de modo que a superação do viés técnico do entendimento de convergência está calcada nessa noção de que o processo como um todo funciona como uma interconexão de elementos técnicos, sociais e culturais.

---

<sup>10</sup> Tradução da autora: Ao final, comunicação tem consequências para o agenciamento humano e para a prática social.

### **c) A produção no campo da Comunicação**

Inserida na pesquisa em Comunicação, essa tese se enquadra no âmbito dos estudos em Cibercultura e demanda reflexão no sentido teórico não apenas porque compõe o campo, mas porque promove a interligação entre meios analógicos e digitais, bem como implica em reconfigurações midiáticas em termos técnicos, sociais e culturais que são diretamente motivadas pelo desenvolvimento da tecnologia digital, da qual se ocupa a Cibercultura. Ainda que o conceito de convergência midiática não decorra do surgimento da Internet, da web e dos processos de digitalização, tendo manifestado-se antes disso, o presente estudo leva em consideração para o entendimento do fenômeno a influência da tecnologia digital, já que foca-se nas alterações decorrentes da apropriação dessa tecnologia e na inter-relação entre um meio originalmente analógico e outro digital.

É no campo da Cibercultura que se encontra parte das referências bibliográficas que norteiam o trabalho de recuperação das origens do conceito de convergência midiática. Lemos (2003); Lévy (1993); Landow (2006); Primo (2007, 2008); Pavlik (2008); Jenkins (2008, 2009); Leão (2005); Castells (2003); Santaella (2003); Palacios (2004, online); Pellanda (2001, 2003); dentre outros, por exemplo, são autores do campo da Cibercultura com forte representação na constituição dessa tese quando se trabalha na construção de um entendimento do conceito de convergência entre televisão e web. Suas contribuições compreendem as relações entre as tecnologias de comunicação e informação e a cultura contemporânea sem se deterem exclusivamente em questões técnicas, indo assim ao encontro dos objetivos desse trabalho. Assim, visando entender o papel e o impacto dessas tecnologias nos processos comunicacionais a partir de diversas perspectivas, as articulações desses autores embasam a proposta de desmembramento do conceito de convergência que essa tese propõe.

Além desse levantamento que serve como fundamentação teórica para a construção da tese, buscou-se realizar também uma revisão bibliográfica sobre a produção dos programas de pós-graduação referente aos estudos sobre televisão e web e sobre convergência midiática a partir dos anos 2000<sup>11</sup>.

- **Estudos sobre as relações entre televisão e web**

---

<sup>11</sup> Os trabalhos aqui citados foram encontrados através de pesquisa realizada no Banco de Teses e Dissertações da Capes pelo uso das palavras-chave “convergência mídias” e “televisão web”. Fazendo a busca dessa forma, alguns trabalhos que tratam sobre convergência, televisão e web, porém não mencionam os termos em suas palavras-chave, podem ter sido excluídos dos resultados.

Os trabalhos mencionados aqui envolvem não apenas a as ligações entre a web e a televisão, mas, em alguns casos, da tecnologia digital com a televisão, de uma maneira mais abrangente. Ainda assim, considerou-se pertinente abordar esses trabalhos na elaboração dessa revisão, tendo em vista que exploram alterações no cenário televisivo em função da digitalização.

De 2000 a 2009, no projeto *Estudos de recepção na América Latina: aspectos propositivos*, pesquisadores do Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática da Universidade Federal do Rio Grande do Sul identificam três trabalhos envolvendo o estudo sobre televisão e web. A dissertação de mestrado *A performance dos públicos e a constituição social de valores: o caso Alberto Cowboy*, de Almeida (2009, online), analisa o programa e o site do Big Brother Brasil 7, tendo como tema as formas com que as interações midiáticas participam do processo social de constituição de valores. Outra dissertação de mestrado, intitulada *Internet, seriados e emissoras de televisão: práticas dos portais e das comunidades de fãs*, de Matsuzaki (2009), tem como tema a série Lost e as emissoras nacionais, as redes sociais e os sites de compartilhamento de vídeo, no caso o YouTube. O trabalho se enquadra no gênero de televisão e Internet, com ênfase no estudo da convergência. Por fim, a dissertação de mestrado *Interação possível na TV da Internet: o caso AITV*, de Campos (2005), analisa toda a programação de uma emissora, tendo como tema principal a televisão interativa.

Saindo do âmbito da recepção, em levantamento feito no banco de teses e dissertações da Capes, o primeiro trabalho tratando sobre televisão e web data de 2004<sup>12</sup>. Amaral (2004, online) centra-se na temática do telejornalismo, buscando verificar como a inserção do vídeo na web, em específico em sites e portais jornalísticos, interfere na forma e na apresentação das notícias no ambiente online. Através de uma pesquisa exploratória e descritiva e de entrevistas com profissionais do meio online, a autora identifica os modelos de televisão e telejornalismo convencionais e da web.

O segundo trabalho identificado neste levantamento data de 2005. Na dissertação intitulada *O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ On Line*, Kalil (2005, online) realiza uma análise comparativa do “webjornalismo audiovisual na internet

---

<sup>12</sup> AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e telejornalismo do analógico ao virtual**. Universidade de São Paulo/Ciências da Comunicação. 2004. Tese de Doutorado. Disponível na Biblioteca da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

brasileira”. A autora analisa o UOL News da TV UOL e a TV UERJ Online, buscando “identificar as mudanças nos processos de apuração, produção e disseminação das notícias audiovisuais quando passam a ser transmitidas através da rede mundial de computadores”. Através da construção de uma narrativa jornalística audiovisual da web, Kalil (2005, online) busca reconhecer as experiências recentes em webjornalismo audiovisual e termina por perceber que “a organização dos elementos narrativos no ciberespaço favorece a eficiência da mensagem jornalística, enquanto funda as bases de uma linguagem própria para as notícias audiovisuais na internet”.

Mais adiante, em 2006, Dallago (2006) propõe um estudo sobre a televisão e a tecnologia digital, buscando perceber as consequências da digitalização sobre a televisão, especificamente em relação à linguagem. A dissertação *Televisão e Linguagem: Tendências com a Tecnologia Digital* faz um relato das modificações sofridas pela televisão em termos de conteúdo e narrativa em função da evolução da técnica do meio até a televisão digital, momento que ela define como “convergência tecnológica das formas de produção, transmissão e recepção dos programas televisivos”. Utilizando como foco da pesquisa o telejornalismo, a autora conclui que a não-linearidade e a interatividade, características antes restritas ao ambiente online, tornam-se parte da linguagem da televisão.

Já no ano de 2007, Vieira (2007, online), na dissertação *Perfil do Jornalista na Cibercultura: desafios do webjornalismo*, analisa o perfil do “webjornalista”. O trabalho se baseia em experiências vividas por um profissional de televisão no processo de passagem do conteúdo desse meio para um webjornal. O objetivo foi transpor informações de um estudo de caso do telejornal Paraná TV, da Rede Paranaense de Comunicação, afiliada da Rede Globo, que foi publicado na web, no site da TV Paranaense.

Em 2008, Fischer (2008) busca compreender a web como mídia através de um exame sobre as principais lógicas operativas do Globo Media Center/Globo Vídeos e do YouTube. A tese *As Trajetórias e Características do YouTube e Globo Media Center/Globo Vídeos: um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas dos websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web* observa os bancos de dados, a mídia e o ambiente de relacionamento dos dois sites, a questão do compartilhamento e as relações entre os dois objetos analisados.

No ano de 2009<sup>13</sup> identifica-se um trabalho tratando sobre os temas: *IPTV: TV via Internet - o nascimento de uma nova mídia*, de Falcão (2009, online). A autora foca-se na temática da televisão via Internet, conhecida como IPTV (*Internet Protocol Television*) propondo uma análise desse modelo como uma nova mídia que estaria surgindo na Internet. Para isso, analisa a estruturação desse formato no cenário contemporâneo, estuda seu funcionamento, bem como produtos e mensagens que gera, além dos hábitos de consumo dos receptores.

Ainda em 2009, três produções merecem menção nessa revisão bibliográfica. Kieling (2009), em *Televisão: a presença do telespectador na configuração discursiva da interatividade nos programas de informação – a experiência do Fantástico*, estuda “como a materialidade da convergência de mídias decorrente da digitalização dos suportes de produção e dos meios de distribuição de conteúdos vem configurando novas dinâmicas, tanto nas relações entre produtores e receptores quanto nos textos que desta resultam.” O autor elabora o conceito de *midiosfera*, como um espaço onde ocorrem as dinâmicas entre produtores e receptores e onde “as lógicas dos sistemas aberto e fechado operam em interdependência”. Kieling (2009) entende esse lugar como “uma esfera de produção, publicação e consumo em que os sujeitos da comunicação compartilham textos, constroem discursos, portanto produzem sentidos que articulam bens simbólicos”. Além da confirmação da perspectiva de existência desse espaço proposto, o autor detecta também a ocorrência de “movimentos migratórios de gêneros, as ofertas interativas e os processos de interação” através da verificação de experiências interativas estabelecidas pelo programa televisivo Fantástico.

Em *A TV 1.5 - A televisão na era digital*, Cannito (2009) aponta as alterações da televisão como meio de comunicação no ambiente das plataformas digitais. Ainda que o autor detenha-se em aspectos referentes à televisão digital, a qual essa tese não pretende abarcar, algumas de suas considerações sobre as relações entre a televisão e as tecnologias digitais de comunicação e informação estão diretamente ligadas com a argumentação que se pretende desenvolver nessa pesquisa. O posicionamento de Cannito (2009) sobre a relação entre a televisão e as tecnologias digitais não se baseia no desaparecimento da primeira em função das segundas, mas sim na premissa de que o hábito de assistir televisão permanecerá, porém alterado em função de novas práticas e potencialidades oriundas de processos e ferramentas digitais.

---

<sup>13</sup> Em 2008 não se encontra nenhuma produção em Comunicação tratando sobre a relação entre televisão e web.

Também apontando a ocorrência de intensas experimentações no momento televisivo atual, Capanema (2009) questiona as especificidades televisivas no ambiente online, no intuito de verificar as características próprias do que chama de uma “nova televisão”. A dissertação *A Televisão no Ciberespaço* investiga manifestações televisivas no ciberespaço ao mesmo tempo em que tenta entender como a televisão é reformulada no ambiente online e identificar elementos próprios ao seu processo de mediação. A autora conclui que a transformação e a expansão da definição de televisão ocorrem na medida em que as experiências e experimentações se utilizam de lógicas e processos computacionais na produção de conteúdo televisivo.

A tese *Perspectivas do Cotidiano: um estudo sobre os fãs do programa Big Brother Brasil*, de Campanella (2010), investiga, a partir de uma etnografia, uma comunidade online de discussão sobre o Big Brother Brasil formada por um fórum e mais de 25 blogs. O objetivo da pesquisa foi verificar como o cotidiano artificialmente produzido pelo *reality show* repercutiu no debate entre os fãs através das ferramentas de comunicação mediada por computador. O autor afirma que a tese propiciou a apresentação de um relato da relação de um grupo da audiência com o conteúdo televisivo, além de refletir sobre algumas das articulações desse grupo sobre o indivíduo contemporâneo inserido na sociedade brasileira.

Sobre os estudos de televisão e web, percebe-se a maior incidência de trabalhos com casos e abordagens específicos como, por exemplo, o de Kalil (2005, online), que propõe o estudo do webjornalismo audiovisual através de uma análise comparativa entre dois veículos, tratando-se assim de um estudo de caso, assim como o de Campanella (2010), que estuda o caso do Big Brother Brasil e sua repercussão na comunidade de fãs. Trabalhos mais generalistas detêm-se na relação entre a televisão e a tecnologia digital, cobrindo mais do que apenas a web, como no caso de Dallago (2006), que estuda o impacto da tecnologia digital na linguagem televisiva; e no de Capanema (2009), que questiona especificidades televisivas no meio online.

Diante dessa situação do campo, não se encontra um trabalho que aborde a televisão e sua relação com a web a partir das três instâncias – social, cultural e técnica – sobre as quais aqui se propõe tratar. Percebe-se também a ausência de trabalhos de cunho conceitual, já que as pesquisas voltadas para análises mais específicas sobre determinado objeto parecem circunscrever o desenvolvimento do campo nesse sentido, já que, ao direcionarem sua atenção

para casos isolados, são incapazes de dar conta de aspectos mais abrangentes sobre a relação da televisão com a web. Também são poucas teses produzidas; somente três, diante de nove dissertações aqui mencionadas. Sem ignorar a produção científica que apresenta essas características, o intuito aqui é apontar as lacunas ainda existentes, buscando avançar a discussão teórica e assim contribuir para o preenchimento desses espaços.

- **Estudos sobre convergência midiática**

Em relação aos trabalhos sobre convergência midiática, de um ponto de vista mais amplo, a produção é escassa e recente, ao contrário do próprio fenômeno. Em levantamento realizada no Banco de Teses e Dissertações da Capes<sup>14</sup> foram encontrados seis trabalhos, no âmbito da comunicação, referentes ao tema, sendo três deles voltados para a área do jornalismo. Os demais trabalhos encontrados que mencionam o tema da convergência, desviam-se do foco, voltando-se para outros objetivos de estudo e análise e por tais motivos não foram aqui mencionados como referência<sup>15</sup>.

Pellanda (2001), em sua dissertação *A internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagem própria*, analisa a ocorrência de uma reunião de diferentes formatos midiáticos na web, bem como os impactos dessa reunião para o futuro da comunicação, a partir de uma análise da CNN<sup>16</sup>. O autor diz que na web, meios “já anabolizados individualmente, constituem uma hipermídia com possibilidade de comunicação e interatividade imensa”. Seus questionamentos giram em torno do uso desse potencial e de como o fenômeno altera formas de comunicação. O trabalho é focado em como a convergência de vídeo, áudio, texto, fotos e animações no ambiente digital vem sendo trabalhada e pensada para o futuro. A partir da pergunta sobre como os meios tradicionais estão convergindo no ambiente online, Pellanda (2001, p. 74) conclui que o grau de interatividade e de convergência entre as mídias é relativo, “o potencial interativo da web, que potencializa a integração de conteúdo, ainda não foi explorado”.

---

<sup>14</sup> <http://capesdw.capes.gov.br/capesdw/>

<sup>15</sup> A pesquisa realizada no banco da Capes obteve resultados de trabalhos que utilizavam o termo da convergência, mas não se enquadravam no campo da Comunicação e outros, que mesmo no campo da Comunicação, não foram aqui considerados por não tratarem do assunto dentro da mesma abordagem aqui utilizada, como por exemplo, trabalhos que se utilizam do tema para pesquisar a educação a distância, televisão digital, telejornalismo, entre outros temas mais específicos. Buscou-se aqui direcionar o foco para os trabalhos mais conceituais e para aqueles que tratavam da convergência entre meios de comunicação.

<sup>16</sup> <http://cnn.com>



Lima Júnior (2003), na tese *Mídia Digital: o vigor das práticas jornalísticas em um novo espaço*, verifica modificações nas práticas jornalísticas em função das tecnologias digitais online e o impacto destas nos processos de indexação, arquivamento e recuperação de informações de diferentes formatos. A pesquisa trata de “possibilidades de interatividade, hiperlink, tempo real, formação de comunidades, ruptura da centralização emissora e a convergência de mídias como elementos modificadores dos modos de se produzir, comercializar e consumir informação jornalística”. A conclusão do trabalho volta-se para um enfoque técnico ao afirmar que jornalistas deverão, diante do atual contexto, “assumir novas funções e adquirir outras habilidades, como o conhecimento da tecnologia que estrutura o meio, para valer os princípios básicos do jornalismo também no ciberespaço”.

Na dissertação *O fluxo das informações jornalísticas no tempo-espaço das mídias digitais/online*, diante da entrada dos jornais na Internet, Mallman (2005) percebe que a mídia digital reúne características dos meios convencionais, mas aprimoradas a partir de uma nova relação tempo-espaço. O trabalho analisa a mudança de formatos no jornalismo, com foco em questões como interatividade, e faz uma comparação entre as categorizações de tempo-espaço das mídias tradicionais com os meios digitais, observando a potencialidade de fluxos móveis de informação.

Verificar como a web tem provocado modificações nos meios de comunicação de massa é o objetivo da dissertação de Furuno (2010), intitulada *A evolução das mídias e a internet: cultura participativa transformando os meios de comunicação*. A autora busca identificar como a web amplia a atuação dos meios de massa e sua proximidade com o público, ao mesmo tempo em que contribui para o surgimento de canais interativos de comunicação que permitem a produção e transmissão de informações livre da intermediação e do controle dos grandes veículos. O trabalho analisa *O Estado de S. Paulo*, a rádio CBN e a Rede Globo de Televisão e a autora identifica recursos de colaboração e participação utilizados por esses veículos que estimulam a cultura participativa por um lado e, por outro, a manutenção do domínio desses veículos sobre a concepção, produção e distribuição da informação. A dissertação apresenta como alternativa a participação do público na produção através do YouTube, o que, segundo a autora, forma a base de uma cultura participativa.

Souza (2010), na dissertação *Jornalismo e Cultura da Convergência: A Narrativa Transmídia na Cobertura do Cablegate nos Sites El País e Guardian*, busca entender o conceito de transmídia no campo do jornalismo, principalmente no que se refere ao exercício

de contar histórias. Através do estudo do caso *Cablegate* – nome dado ao vazamento de 250 mil documentos diplomáticos das embaixadas norte-americanas, que foram enviados ao Wikileaks<sup>17</sup> e posteriormente compartilhados com cinco empresas jornalísticas internacionais. O autor analisa os sites do grupos *El País* e *Guardian* e identifica particularidades em relação aos princípios da narrativa transmidiática, como a apresentação do universo ou do mundo da narrativa, além de particularidades referentes ao jornalismo.

Na dissertação de mestrado *A Cultura da Convergência e os Fãs de Star Wars: Um Estudo sobre o Conselho Jedi*, Silveira (2010), observa as interações que fazem parte do comportamento de fãs nos relacionamentos que estabelecem entre si e com a indústria midiática. Os fãs estudados compõem o Conselho Jedi do Rio Grande do Sul (CJRS) e a pesquisa ocorre no contexto da cultura da convergência onde, segundo a autora, as interações entre eles e o mercado de mídia são transformadas.

Os estudos brasileiros na área da Comunicação sobre convergência midiática, por sua vez, talvez não configurem um conjunto tão amplo quanto a diversidade de combinações entre mídias que podem ser explorados no fenômeno. Aqui elencou-se a produção acadêmica mais específica de acordo com os parâmetros de análise que se pretende elaborar nessa pesquisa. A escassa produção e o foco em objetos específicos produzem um recorte no tema que limita o avanço em termos teóricos a respeito da convergência entre os meios de comunicação. Ainda que detendo-se na relação apenas entre a televisão e a web, esse trabalho parte de uma recuperação teórica que pretende fornecer as bases para a elaboração de um entendimento que direcione o trabalho para a produção de um desmembramento em categorias analíticas do conceito de convergência entre televisão e web para a exploração de dados empíricos entre esses dois meios. A recuperação das pesquisas já realizadas, bem como o levantamento da bibliografia sobre o tema serve de apoio e instrumento norteador do movimento a ser realizado para o alcance dos objetivos propostos.

A maneira através da qual se buscará conduzir o estudo, visa não só reunir o quadro teórico utilizado nas pesquisas do país sobre convergência, mas ir além, utilizando-se de autores estrangeiros que estudam o tema e avançando no que se refere à descrição do estágio atual do tema nos níveis social, cultural e técnico. Ao mesmo tempo em que se tentará mapear o conceito,

---

<sup>17</sup> <http://wikileaks.org>

quer-se avançar no debate, traçando a evolução do mesmo e construindo uma crítica sobre alguns posicionamentos. Trata-se, assim, de uma pesquisa que buscará tensionar o conceito a partir de um quadro teórico que abrange características referentes aos processos comunicacionais estabelecidos a partir do uso da televisão e da web para a produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos. Buscar-se-á discutir as diversas facetas do conceito de convergência entre esses dois meios, partindo-se da premissa de que o mesmo pode ser desdobrado em função de diferentes viéses através dos quais pode ser estudado. Com essa discussão, pretende-se contribuir para o avanço do estudo do tema no campo, de maneira a superar o enfoque tecnicista ainda presente em argumentações de autores que serão aqui debatidas.

## QUESTÃO DE PESQUISA

A expressão *convergência midiática* tem aparecido com frequência não apenas na imprensa, mas também na produção acadêmica do campo da Comunicação. Neste, a apropriação do termo é realizada na composição de diversos posicionamentos que buscam definir o conceito. Percebe-se que a discussão é abstrata, como se o fenômeno ocorresse de forma semelhante em todos os meios. Alguns desses esforços conceituais levam em consideração aspectos técnicos, referindo-se apenas às possibilidades de reunião de diferentes mídias dentro de um único ambiente e/ou dispositivo tecnológico. Em contrapartida, sem desconsiderar tais aspectos técnicos, outras argumentações levam em conta fatores que lidam com o envolvimento dos atores dos processos comunicacionais, que se estabelecem em torno de conteúdos midiáticos e a partir das interconexões entre diferentes formatos e dispositivos tecnológicos. Essa diversidade midiática presente no ambiente online e o estabelecimento de processos comunicacionais baseados no esquema todos-todos apresentam características que diferem quando observadas nos meios de massa. Tais características se referem não apenas ao âmbito técnico dos processos comunicacionais, mas também a práticas socioculturais. Reconhecendo tais apropriações teóricas, a problemática principal desta tese está centrada em como estudar a convergência midiática entre televisão e web a partir de uma crítica da abrangência do conceito de modo a superar o enfoque tecnicista do mesmo, sem descuidar de seu caráter técnico, voltando-se também para seus aspectos sociais e culturais. Partindo da premissa de que o conceito de convergência entre televisão e web pode ser desdobrado em categorias analíticas é que se pretende realizar tal desdobramento, destacando em cada um mudanças sociais, culturais e técnicas.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GERAL**

A partir da crítica sobre a abrangência do conceito de convergência midiática busca-se propor uma solução conceitual estruturada em categorias analíticas que sirva para o estudo da relação entre televisão e web e que contemple os âmbitos técnico, social e cultural do fenômeno.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Resgatar a trajetória tecnológica da televisão no intuito de perceber a aproximação desse meio com a web;
- Identificar as origens do conceito de convergência e o referencial teórico em torno do mesmo no campo da Comunicação;
- Categorizar o conceito de convergência, verificando as principais transformações nos níveis técnico, social e cultural decorrentes das relações entre televisão e web;
- Identificar a interdependência entre as categorias do conceito de convergência entre televisão e web.

## 1. A TRAJETÓRIA TECNOLÓGICA DA TELEVISÃO: APROXIMAÇÕES ENTRE TELEVISÃO E WEB

*The TV image requires each instant that we "close" the spaces in the mesh by a convulsive sensuous participation that is profoundly kinetic and tactile, because tactility is the interplay of the senses, rather than the isolated contact of skin and object.*  
(McLuhan, 1964, p. 346)

O primeiro capítulo dessa tese busca apresentar um panorama da evolução tecnológica da televisão, a partir de autores que constroem periodizações do meio. Diferentes propostas são aqui elencadas com o objetivo de mapear sua trajetória, com enfoque no desenvolvimento da tecnologia e de forma a elucidar o impacto da mesma nas práticas sociais, culturais e técnicas em torno da comunicação estabelecida nesse meio. Para isso, aproximações entre a televisão e a web são feitas visando perceber as alterações que essas práticas têm sofrido em decorrência da relação de um meio de comunicação originalmente analógico com um digital.

No entanto, antes de apresentar um esboço da evolução tecnológica da televisão, é importante tomar como base uma linha de pensamento que situe a forma como se pretende aprofundar a televisão e sua relação com a web e como se irá encará-la como uma tecnologia. E é com base no argumento de Williams (1974) de que a “television has altered our world”<sup>18</sup> que se pretende realizar tal propósito. Tomando a televisão como uma tecnologia cultural, o autor explica que, na maioria das vezes, acaba-se discutindo determinado efeito da televisão ou tipos de comportamentos sociais, condições culturais e psicológicas aos quais nos levam à televisão, ao invés de haver uma preocupação maior em se saber como uma tecnologia funciona como causa disso tudo.

Diante dessa constatação, a maneira através da qual se pretende tratar a televisão como uma tecnologia nessa tese, se pauta na visão de Williams (1974), não só pelo fato de a televisão gerar uma série de efeitos nos consumidores de seus conteúdos, mas também por ser

---

<sup>18</sup> Tradução da autora: televisão alterou nosso mundo.

um meio de comunicação que atua como causa de diversos tipos de comportamentos sociais e práticas culturais decorrentes de novas possibilidades técnicas e vice versa, assim como acontece com a relação desse meio como a web.

Frente à adoção dessa linha de pensamento, a ideia de apresentar um panorama evolutivo da trajetória tecnológica da televisão é importante quando se percebe que atuando então como causa desses comportamentos e práticas sociais e culturais, além de produzir efeitos nos consumidores dos conteúdos midiáticos, a televisão se estabeleceu como um meio de comunicação de forte representação na sociedade. Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010, p. 7) falam sobre a “onipresença” desse meio e atestam sua afirmação considerando a televisão como “mídia de maior impacto na sociedade brasileira”, além de “principal opção de entretenimento e de informação da grande maioria da população do país. Para muitos, a única”. Os autores conferem à televisão as práticas de pontuar e mobilizar a vida e as ações de milhares de pessoas, estruturando assim a política, a economia e a cultura do país.

Inicialmente tratada como um meio de comunicação direcionado à elite, em função do preço dos primeiros aparelhos, a televisão hoje está presente em quase todas as casas, ao contrário dos computadores e do acesso à Internet, segundo Cannito (2010). Diante desse cenário, o autor discorre sobre a possibilidade futura de acesso à Internet por esse meio. Sua crença não nega tal prática, porém afirma que isso não significa que as pessoas deixarão de assistir ao conteúdo televisivo, ainda que também passem a usar o aparelho para navegar online. É fato que, ainda que com menos alcance do que a televisão, a Internet têm provocado alterações não só no comportamento dos consumidores de informação mas também nos produtores dos conteúdos veiculados na televisão. Fantinatti (2009, p. 11) diz que “a produção de conteúdos para a televisão é uma prática que se realiza a partir do próprio meio e nele intervêm os sujeitos produtores e destinatários, com determinadas intenções, como informar, entreter, convencer, etc.”, o que já aponta uma das alterações decorrentes da relação entre televisão e web, referente aos papéis desempenhados por produtores e consumidores de conteúdos quanto aos processos de produção e consumo.

Nesse sentido, em relação à produção e ao consumo de informação, Corrêa e Lima (2009, p. 23) lembram que nos últimos vinte anos, esses processos vêm se modificando, principalmente em função das tecnologias digitais de informação e comunicação, que, segundo os autores, se tornaram “um dos principais sistemas de suporte à disseminação da informação na sociedade”. Os autores consideram que o espectro da produção e consumo de informações é ampliado, com o

surgimento e o uso crescente do que chamam 'mídias sociais', para qualquer cidadão capaz de interagir com ferramentas na web; e isso não é diferente no caso da televisão. No entanto, lembram que as bases da estrutura para produção e consumo de informação na sociedade são edificadas sobre um negócio voltado à geração de lucro, delimitado em um quadro formado por atores e agentes específicos, no qual os grandes conglomerados multimídia de abrangência transnacional predominam, dentro de um processo produtivo com padrões tecnológicos definidos e consolidados e sustentado na especialização de seus produtores, sendo assim capaz de reagir a qualquer tipo de alteração em sua estrutura.

O que ocorre, segundo os autores, é a configuração não de uma nova, mas de outra estrutura operacional em torno dos processos de produção e consumo de informação, que acarreta, conseqüentemente, possíveis transformações da estrutura que sustenta economicamente esse cenário, bem como alterações na sua configuração de mercado.

Agora, a geração de lucros e a viabilidade dos negócios de informação digital passam também pela capacidade de geração de fluxos e trocas entre participantes de redes sociais, e não mais unicamente na concentração de tráfego/audiência num determinado ambiente informativo na rede. A conhecida zona de conforto do razoavelmente bem-sucedido modelo de negócios das mídias tradicionais transposto para os *websites* informativos e grandes portais perde eficiência quando falamos de fluxo (CORRÊA E LIMA, 2009, P. 24).

Diante dessa reconfiguração dos processos de produção e consumo, há ainda que se pensar em termos de circulação, visto que é nesse ambiente de fluxos que tal processo se realiza, através das alterações nos papéis de emissor e receptor apontadas não só por Corrêa e Lima (2009), mas por diversos outros autores que também se dedicam ao estudo dos impactos das tecnologias digitais de informação e comunicação.

Essas modificações mostram que, apesar de sutis em alguns momentos, de alguma forma contribuem para a evolução do meio: seja através do uso de tecnologias digitais para a captação de imagens, por exemplo; do uso de tecnologias de outros meios, como no caso do uso de câmeras de cinema que alteram a estética das imagens, misturando as linguagens técnicas e visuais de um meio com o outro; através da mistura de elementos de diferentes linguagens para a construção dos conteúdos; bem como na maneira como se dá a relação entre o conteúdo e seus públicos, através do uso de diferentes canais de comunicação para a veiculação de um conteúdo. São assim, modificações que se dão nos processos de produção, circulação e consumo e que perpassam os níveis técnico, social e cultural, os quais aqui se tornam o centro de observação dessa tese.



Dessa forma, a trajetória tecnológica da televisão que se apresenta a seguir não é apenas constituída pelos usos e experimentações feitos pelos profissionais que trabalham no meio, também nem apenas por especificidades técnicas de aparelhagens de emissão e recepção de sinal, mas também estruturada por outras questões como, por exemplo, políticas e econômicas que, ainda que não sejam o foco desse trabalho, devem ser consideradas nesse momento de contextualização. Essas questões auxiliam na elaboração de um quadro evolutivo da televisão como meio de comunicação marcado pelo avanço constante da tecnologia e das experimentações com a mesma, provocando não apenas alterações nos formatos televisivos, mas também nos modelos comunicacionais e nas práticas culturais e sociais estabelecidos entre produtores e receptores dos conteúdos midiáticos veiculados nesse meio.

Sobre a estrutura do capítulo, no sub-item inicial, periodizações sobre a televisão refazem o caminho percorrido pelo meio desde o seu início até o atual contexto, colocando em evidência apontamentos que se relacionam com os objetivos teóricos dessa tese no sentido de destacar a relação da televisão com a web. Logo em seguida, o segundo sub-item indica os pontos de aproximação entre a televisão e a web, encerrando com a apresentação de cinco mitos trabalhados por Cannito (2010), sobre a relação entre a televisão e o surgimento das tecnologias digitais de comunicação, buscando já introduzir a discussão sobre o conceito de convergência que se pretende construir a partir do segundo capítulo.

### **1.1. Periodizações da televisão**

Iniciando pelo esforço de reconstruir uma linha evolutiva do papel da tecnologia na história da televisão, uma proposta de classificação que, além de aspectos estéticos e técnicos, aborda questões estruturais e políticas, é construída por Berger (*APUD MACHADO*, 1990), que distingue a televisão em *macrotelevisão*, *mesotelevisão* e *microtelevisão*<sup>19</sup>. Essa classificação não apresenta explicitamente nenhum tipo de periodização do meio, no entanto, é constituída de categorias que demonstram sua evolução, sendo aqui citada por trazer aspectos abordados em propostas de periodizações que serão expostas ao longo desse sub-item.

---

<sup>19</sup> Dentre as articulações dos autores que compõem esse capítulo, que tem como objetivo estruturar um panorama evolutivo da trajetória tecnológica da televisão visando expor suas aproximações com a web, essa classificação de Berger (*APUD MACHADO*) é a mais antiga, de modo que assim se opta por seguir uma ordem cronológica dessas propostas, ainda que mais adiante se busque agrupá-las no intuito de tentar verificar a abrangência de cada uma.

*Macrotelevisão*, de acordo com o autor, abrange todos os tipos direcionados às grandes massas, como televisões comerciais e estatais que se propagam através de ondas herzeianas. A programação desse tipo de televisão é quase sempre definida para atuar sobre os espectadores com objetivos determinados. O poder político exerce forte influência sobre a programação desse tipo de televisão, já que é elaborada para atingir o maior número de espectadores, visando uma parcela significativa da população. Funciona através do modelo *unidirecional*, ou seja, um emissor hegemônico transmitindo para milhões de espectadores sem possibilidade de resposta.

O modelo de *mesotelevisão*, definido por Berger (*APUD MACHADO, 1990*), poderia abranger também as televisões de pequeno alcance, como, por exemplo, os canais UHF – *Ultra High Frequency*<sup>20</sup>. Nesse tipo de televisão se enquadram todos os tipos de televisões regionais ou locais, que voltam o seu conteúdo para o diálogo com um público determinado. O relacionamento entre emissores e receptores desse tipo de televisão se baseia no intercâmbio de papéis, permitindo que qualquer cidadão esteja presente, ora diante da tela ora no ar; tratando-se de uma relação entre interlocutores e não mais entre produtores e consumidores, emissores e receptores.

Por fim, a *microtelevisão*, na visão de Berger (*APUD MACHADO, 1990*) trata do tipo de televisão destinado aos pequenos grupos qualitativos, organizados em torno de interesses comuns e que se munem de dispositivos portáteis de vídeo tendo em vista a produção e difusão através de circuitos fechados. Além disso, é um modelo de televisão que abrange desde atividade militante de grupos políticos ativos até experimentos de linguagem mais radicais, realizados na área da vídeo-arte (*MACHADO, 1990*).

Hoje, a classificação de Berger ainda é relevante, porém exclui implicações tecnológicas que começam a exercer uma forte influência no atual contexto midiático. Trata-se de uma classificação que leva em conta aspectos políticos e estruturais, tendo em vista a exposição do modelo de veiculação, ora envolvendo a participação dos receptores ora os excluindo. Além disso, quando Machado (1990) menciona tal classificação, no final da década de 80/início dos anos 90, a Internet ainda não havia sido liberada fora das universidades no Brasil e nem mesmo a web havia sido implementada; fatores que interferem diretamente na condução dessa pesquisa e que são considerados por outras classificações sobre a trajetória evolutiva da televisão.

---

<sup>20</sup> Tradução da autora: Frequência Ultra Alta.

No caso da *mesotelevisão* e da *microtelevisão* é possível estabelecer uma aproximação com o momento atual da televisão em relação ao uso da Internet, no que tange a ideais de interatividade, de relacionamento entre produtores e consumidores de conteúdos midiáticos e do uso de tecnologias digitais móveis, como, por exemplo, hoje o uso de celulares para o consumo de conteúdos televisivos. No entanto, naquele momento, tratavam-se apenas de elucubrações, já que não havia instrumentos, e talvez nem mesmo uma mentalidade, que permitissem a concretização de modelos televisivos baseados nesses níveis de participação e interatividade.

Mais dotada de um caráter de periodização, uma outra proposta é apresentada por Galperin (2004, online). Ainda que de natureza diferente da classificação proposta por Berger (*APUD* MACHADO, 1990), o autor se aproxima deste ao abordar questões estruturais e políticas ao tratar de serviços e modelos de regulação. Para ele, a televisão, nos seus mais de 50 anos de existência, passou por três gerações tecnológicas. Cada uma dessas fases se caracteriza por serviços, modelos de negócio e esquemas de regulação específicos. Galperin (2004, online) explica que cada etapa foi adaptando-se à geração pré-existente, de modo que uma não substituiu a outra imediatamente.

<b>As três gerações da televisão<sup>21</sup></b>		
<b>Primeira geração: TV fordista</b>	<b>Segunda geração: TV pós-fordista</b>	<b>Terceira geração: TV digital</b>
<b>Serviços</b>		
Quantidade limitada de serviços unidirecionais de radiodifusão massiva.	Grande quantidade de serviços unidirecionais de radiodifusão segmentada.	Serviços personalizados e interativos de radiodifusão e telecomunicações.
<b>Modelo de negócios</b>		
Publicidade massiva e/ou subsídio governamental.	Publicidade segmentada e abonos.	Publicidade segmentada, abonos e comissões por transação.
<b>Estratégias de negócio</b>		
Direitos de propriedade sobre o radioespectro.	Integração vertical entre distribuidores e programadores.	Controle de acesso e normas proprietárias no decodificador.
<b>Modelo de regulação</b>		
Serviço público com proteção aos concessionários.	Serviço privado com certas obrigações públicas.	Em definição.

Quadro 1: As três gerações da televisão

Fonte: GALPERIN, Hernan. Comunicación e integración en la era digital: un balance de la transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina.

O quadro criado por Galperin (2004, online) apresenta três gerações da televisão com base nos modelos de serviços oferecidos, nos modelos de negócios para sua manutenção, nas estratégias de negócios sobre o controle do meio e nos modelos de regulação sobre a sua propriedade e funcionamento. Essas abordagens também são tratadas por outros autores, sob diferentes ângulos, a partir de outros viéses, para pensar esquemas de periodização da televisão. O que Galperin (2004, online) faz é reuni-las em um conjunto de fatores que constituem um quadro de periodização do meio, enquanto que os outros autores acabam detendo-se em apenas uma ou outra dessas abordagens.

Na primeira fase, desde o começo da televisão até meados dos anos 70, Galperin (2004, online) explica que os serviços de televisão consistiam basicamente em um número limitado de canais terrestres que veiculavam uma programação caracteristicamente massiva. O modelo de negócios dessa fase da televisão se desenvolvia através de financiamentos públicos e/ou subsídios estatais, enquanto que o modelo de regulação se baseava na ideia de serviço público,

<sup>21</sup> Tradução da autora.

de forma que as estratégias de negócio funcionavam através da outorga pelo Estado de um número limitado de concessões para o uso do radioespectro em troca de determinadas obrigações formais em relação a programação. Assim, ficava estabelecida a veiculação de programas educativos, informativos, a existência de espaços para propaganda política e a transmissão de conteúdo nacional. Essa fase, de acordo com Galperin (2004, online), ficou caracterizada pelos mercados oligopólicos de televisão, cuja programação era pouco diferenciada e, geralmente, muito rentável para poucos concessionários privados. A justificativa jurídica desse modelo é dada, afirma o autor, pela “escassez natural” de suportes adequados para as transmissões, no caso, o radioespectro. Na verdade, ele afirma que estudos acadêmicos demonstram que tal justificativa é apenas uma forma que os governos encontraram para limitar o número de concessões e exercer, conseqüentemente, um maior controle sobre a programação, seja por meio de concessões diretas a aliados políticos ou através de trocas tácitas de favores entre concessionários privados e os responsáveis pelas outorgas e renovações das licenças.

O modelo comunicacional dessa primeira fase<sup>22</sup> da televisão (GALPERIN, 2004, online) é baseado na unilateralidade da produção, ou seja, havia canais emitindo conteúdos para uma massa de receptores limitada ao consumo dessa produção, sem qualquer espécie de interferência, seja através da participação efetiva na elaboração dos conteúdos ou através de canais interativos de comunicação com os produtores desse conteúdo. É, no entanto, imprescindível destacar que, nesse momento, não havia, além de instrumentos como a carta e o telefone, outros canais de interação possíveis entre produtores e receptores do meio, o que impedia a ampliação da simultaneidade da comunicação entre emissores e receptores durante a programação.

Já na segunda geração da televisão, ao longo da década de 70, Galperin (2004, online) lembra que várias alterações tecnológicas e regulatórias permitiram o desenvolvimento da televisão a cabo e, uma década depois, o desenvolvimento de serviços por satélite. Tais serviços, além de trazerem alterações técnicas no âmbito da televisão, influenciaram na produção do conteúdo, pois permitiram oferecer “mais do mesmo”, ou seja, “programação enlatada em canais unidirecionais”. Além disso, o desenvolvimento de tecnologias que

---

<sup>22</sup> Percebe-se, nessa primeira fase apresentada pelo autor, uma forte influência política na condução do meio, e não somente no tocante ao conteúdo constituinte da programação das emissoras, mas também no que tange a estrutura dos modelos de regulação, de negócios, de estratégias de negócios e de tipos de serviços, seguindo assim sua proposta de categorização. Trata-se de uma fase na qual a evolução do meio é marcada pelo controle concentrado em instâncias externas ao âmbito diretamente ligado a produção do conteúdo e aos processos comunicacionais, de forma que questões como liberdade de experimentação e intercâmbio de papéis no processo comunicacional, por exemplo, acabam reprimidas diante de outras prioridades a serem consideradas pelos responsáveis pelo desenvolvimento da televisão como meio de comunicação.

permitiam o controle de acesso ocasionaram o desenvolvimento de um novo modelo de negócios efetuado através de abonos fornecidos pelos usuários na compra de diferentes pacotes de programação, viabilizando a criação de canais segmentados com uma audiência reduzida. A principal estratégia de negócios, no caso dessa televisão de múltiplos canais, foi a integração vertical estabelecida entre programadores e operadores de plataformas de transmissão, permitindo assim o oferecimento de um pacote de conteúdos mais atrativo aos usuários com mais poder aquisitivo, bem como o desenvolvimento de novos canais. Quanto ao modelo de regulação dessa televisão pós-fordista, este se caracterizou, segundo Galperin (2004, online), pelo modelo de serviço público com a adição de certos elementos do que se chamou de “doutrina das facilidades essenciais (*essential facilities*)”, que concedia direitos de acesso à infraestrutura de transmissão para programadores independentes e não comerciais. Assim, as plataformas a cabo e via satélite se desenvolveram como redes fechadas, tendo o operador dessa infraestrutura de transmissão um controle estreito sobre os conteúdos e aplicações.

Ainda que Galperin (2004, online) considere que esses serviços permitiram o oferecimento de “mais do mesmo” através de canais unidirecionais, foi nessa fase que ocorreram algumas alterações em termos de recepção e, conseqüentemente, não apenas em termos técnicos, mas também sociais e culturais. De acordo com Santaella (2003), algumas tecnologias e equipamentos surgidos nesse período, bem como as linguagens criadas para tais, deram vazão à “escolha e consumo individualizados em oposição ao consumo massivo”, fazendo com que mudanças no comportamento dos consumidores começassem a ocorrer.

... novas sementes começaram a brotar no campo das mídias com o surgimento de equipamentos e dispositivos que possibilitaram o aparecimento de uma cultura do disponível e do transitório: fotocopiadoras, videocassetes e aparelhos para gravação de vídeos, equipamentos do tipo walkman e walktalk, acompanhados de uma remarcável indústria de videoclips e videogames, juntamente com a expansiva indústria de filmes em vídeo para serem alugados nas videolocadoras, tudo isso culminando no surgimento da TV a cabo (SANTAELLA, 2003, P. 26,027).

Esse conjunto de tecnologias e equipamentos, ao permitirem a escolha e o consumo individualizados em oposição ao consumo massivo, foram responsáveis por tirar os indivíduos do que a autora chama de “inércia da recepção” de conteúdos impostos e por prepararem o cenário para o contexto atual, baseado na busca pela informação e pelo entretenimento. As alterações técnicas aqui aparecem no âmbito dos dispositivos utilizados para o consumo dos conteúdos televisivos, responsáveis, conseqüentemente, por transformações sociais, com relação às formas de navegação pelos conteúdos veiculados na

televisão, e transformações culturais referentes aos hábitos adquiridos e readaptados em função de novas maneiras de se consumir e de se acessar os conteúdos midiáticos televisivos.

...foram esses meios e os processos de recepção que eles engendram que prepararam a sensibilidade dos usuários para a chegada dos meios digitais cuja marca principal está na busca dispersa, alinear, fragmentada, mas certamente uma busca individualizada da mensagem e da informação (SANTAELLA, 2003, P. 27).

Assim, ainda que nessa segunda geração a programação permanecesse, segundo Galperin (2004, online), emanando de uma mesma fonte e sendo transmitida, ainda, através de um formato unidirecional, sem alterar os processos de produção e emissão do conteúdo televisivo, a ampliação da oferta de conteúdos através de novos canais, até mesmo de outros países, bem como o surgimento de novos dispositivos e tecnologias que permitiam um pouco mais de mobilidade e transitoriedade aos receptores dos conteúdos, o processo de recepção sofreu alterações, na medida em que os indivíduos tornaram-se mais ativos em relação ao consumo das mensagens do meio.

Essa segunda fase demonstra o início de um desprendimento das amarras políticas presentes na primeira fase descrita pelo autor e um direcionamento da atenção para o setor de serviços oferecidos pela televisão. Essa mudança tem reflexos na produção de conteúdo, nos modelos e estratégias de negócios, tirando o foco das questões políticas e trazendo-o para o âmbito mais estrutural do processo. A maneira com que esses novos serviços passam a ser produzidos, circulados e consumidos também acarreta modificações técnicas, sociais e culturais, não só na produção, como também na recepção dos conteúdos, e o modelo de comunicação passar a ser repensado na medida em que os indivíduos passam a contar com mais opções a partir desses serviços. Ainda que não haja uma participação mais efetiva dos consumidores na produção dos conteúdos, a liberdade de escolha é potencializada através do aumento da oferta de canais e serviços e, por isso, passa-se a refletir sobre o modelo de comunicação.

É então, a partir da década de 90 que a terceira fase tecnológica da televisão tem início, afirma Galperin (2004, online), com o desenvolvimento da transmissão digital de sinais audiovisuais. Na verdade, as técnicas da TV digital já existiam, explica o autor, mas o que permitiu a comercialização desses serviços foi a queda dos preços dos microprocessadores que permitiam a codificação digital e a posterior decodificação dos sinais audiovisuais em tempo real. Resumidamente, ele explica que a televisão digital tem várias vantagens em termos de qualidade, quantidade e funcionalidade em relação à televisão analógica. Vantagens tanto para a

radiodifusão quanto para os telespectadores, bem como para o governo como responsável pela administração do radioespectro. No entanto, a transição para a televisão digital tem se mostrado um processo muito complexo, afirma Galperin (2004, online). O autor considera que, inicialmente, são necessárias inversões de radiodifusão e de usuários na reconversão de estúdios, transmissores e parque de receptores. Tais inversões devem ser realizadas de maneira coordenada dentro de um contexto de incerteza sobre o modelo de negócios e o futuro da tecnologia digital. Além disso, a televisão digital impõe vários desafios ao modelo de regulação da televisão analógica ao alterar os parâmetros econômicos do setor. Também é complexo manter as diferenças entre serviços de radiodifusão e de telecomunicações, ainda que operem sob modelos de regulação diferentes. Por fim, ainda há problemas de competência e de estratégias de controle do mercado, particularmente em relação a normas de propriedade de acesso condicional e outras aplicações do decodificador, que exigem adequação do aparato jurídico para que esses reguladores possam responder adequadamente.

As considerações feitas pelo autor sobre a televisão digital apontam as dificuldades de implantação do sistema ainda hoje enfrentadas, e reforçam a necessidade de superação de alguns problemas para que se possa instaurar por completo. No Brasil, em termos técnicos, a televisão digital vem sendo desenvolvida há vários anos, e não apenas desde 2007, quando o sinal digital foi liberado – antes disso a produção de conteúdo já empregava técnicas digitais. Isso significa que mudanças sociais e culturais decorrentes de novas práticas ainda não completamente efetivadas deverão ocorrer, causando impactos no modelo de comunicação estabelecido. Dessa forma, não é à toa que Galperin (2004, online) situa a televisão digital como uma nova fase desse meio de comunicação, já que, mesmo que com diversos aspectos em desenvolvimento prematuro, trata-se de um novo período da televisão.

Em simetria com a periodização de Galperin (2004, online), em termos de televisão brasileira, duas fases são propostas por Capparelli e Lima (2004) numa espécie de tentativa de historicizar o movimento da televisão sob aspectos técnicos, estruturais, econômicos e políticos. A primeira, de acordo com os autores, inicia com seu surgimento e se estende até a década de 70, quando o meio se encontra em um mercado da indústria cultural brasileira ainda não consolidada.



Nesse período, ela está se organizando em rede, é nacional, massiva e financiada por patrocínios e pela publicidade; tem na TV Tupi, da Rede de Emissoras Associadas, o centro de produção de programas mais importante do país; é pouco evoluída tecnicamente, com produção centralizada, vive sob forte vigilância do Estado; é administrada nos velhos moldes de *tycoons* e capitães da indústria; a audiência espalha-se em ilhas de prosperidade, de vários brasis dentro do Brasil; essa televisão está à procura de uma linguagem e de uma gramática própria; atende a massas que ainda estão se constituindo enquanto povo; reativa a memória de um gênero narrativo através da telenovela (CAPPARELLI E LIMA, 2004, P. 131, 132).

Já a segunda fase proposta por Capparelli e Lima (2004), inicia nos anos 70 e permanece até o momento, em que a televisão já se encontra dentro de um mercado de indústrias culturais consolidadas, as quais a própria televisão contribuiu para a construção. Nessa fase, como afirmam os autores, ocorre a internacionalização da televisão, através de um sistema capitalista agora reorganizado e desprovido de fronteiras. Ao abordarem a televisão diante do contexto da globalização, Capparelli e Lima (2004, p. 16), questionam “como a globalização se manifesta no setor de comunicações”, e, em termos de tecnologia, respondem que:

As diferentes tecnologias que eram necessárias para as várias transmissões analógicas – telégrafo para textos; telefonia para voz; radiodifusão para sons e imagens etc – potencialmente podem convergir para uma única tecnologia e, portanto, serem substituídas por redes digitais integradas de usos múltiplos (rádio-digitais ou via cabo ótico) e satélites (CAPPARELLI E LIMA, 2004, P. 16, 17).

Os autores explicam que com a realização plena dessa convergência tecnológica haverá uma dissolução das fronteiras entre tecnologias de telecomunicações, comunicação de massa e informática, ou então, como afirmam, entre o telefone, a televisão e o computador. A convergência entre, por exemplo, operadoras de televisão a cabo, estúdios de cinema, operadoras de telefonia e grupos de radiodifusão se torna possível, segundo os autores, no momento em que um produto transformado para a linguagem digital pode circular em qualquer suporte midiático.

Diante dessa ideia de convergência, os autores detêm-se não só na televisão, mas nas suas relações com outros dispositivos e tecnologias, e assim destacam o caráter técnico de sua argumentação ao afirmarem que a Internet seria a inovação tecnológica mais visível nesse momento. Tal posicionamento não se constitui como a melhor forma de ilustração do conceito de convergência de acordo com o entendimento do conceito adotado nessa tese, pois utiliza basicamente o telefone e o computador. Para os autores, o conceito de convergência traduz a união entre diferentes aparatos técnicos, ou tecnologias, a conexão de um computador à web, permitindo a transformação do mesmo, simultaneamente, em qualquer meio de comunicação, como o rádio, o

telefone ou o correio, além de possibilitar a transmissão e a recepção de dados de diversas maneiras. Trata-se de um conceito de convergência que enfatiza o caráter técnico e que se aproxima dos de outros autores que postulam a importância da técnica na definição do conceito<sup>23</sup>.

Especificamente sobre televisão, Capparelli e Lima (2004) afirmam que apesar de ser uma mídia com linguagem e tecnologia própria, com gêneros de programas próprios ou adaptados de outras mídias e de exibir modelos públicos ou privados de exploração, a televisão não é uma mídia que existe isoladamente, mas sim ao lado de outras mídias e aqui os autores parecem buscar uma aproximação do que argumentam acerca da convergência com o meio de comunicação televisão, utilizando a questão da linguagem para ilustrar seu raciocínio.

Inicialmente, afirmam os autores, a televisão tinha sua programação baseada no rádio, a mídia anterior, na época, e, apenas lentamente é que começa a usufruir da tipicidade de sua linguagem, em busca de uma identidade específica, própria. Foi a partir do fim dos anos 60 que, afirmam eles, as redes de televisão começam a renovar um gênero presente na televisão brasileira desde o seu início. O exemplo que eles citam como marco inicial dessa renovação é a telenovela *Beto Rockfeller*, em 1968, na qual ocorre um processo de apropriação e reapropriação marcado por um código de práticas literárias, sonoras ou visuais. Os autores destacam que esse caminho já havia sido aberto, nos anos 20, através da revolução modernista nas artes e nas narrativas literárias. Através de misturas e combinações entre linguagens e formatos dos meios disponíveis na época, a inovação começa a ganhar espaço na televisão, acarretando transformações técnicas decorrentes de experimentações oriundas dessas interligações entre diferentes linguagens pertencentes a meios e formatos diferenciados, e a novela citada seria um exemplo desse tipo de inovação.

É nesse movimento de apropriação e reapropriação que envolve processos de interligação e mistura entre a televisão com outros meios de comunicação que ocorre uma complexa interação entre a tecnologia da televisão e formas recebidas de outras atividades sociais e culturais, segundo Williams (1974), quando se observa a formação desse meio de comunicação. O autor diz que, para muitos, a televisão é resultado de uma combinação e do desenvolvimento de formas anteriores mas que, além disso, de adaptação às formas recebidas de maneira a sofrer mudanças significativas e estabelecer diferenças qualitativas.

---

<sup>23</sup> A discussão sobre o conceito de convergência midiática será apresentada e debatida no capítulo 2.

Esse ponto, assim como o fazem Capparelli e Lima (2004), também é retomado por Machado (1990), quando aponta o rádio como base da programação inicial da televisão, que atuava como se fosse um rádio com imagens sincronizadas, fato que aconteceu quase na mesma época em que o cinema mudo também ganhava som sincronizado em suas produções. O autor afirma que toda a estrutura operacional da televisão, bem como sua programação e economia, derivaram da indústria do rádio, encontrando assim, no sistema de radiodifusão, as origens de seu modelo. Ele faz questão de destacar o papel da indústria de radioemissores e radiorreceptores na trajetória da televisão, desde os seus primeiros esboços até os seus mais sofisticados aperfeiçoamentos. Machado (1990) acredita que se a televisão tivesse suas origens resultantes do investimento em outra área do entretenimento de massa, que não o rádio, sua história poderia ter sido bem diferente.

Seguindo com as periodizações, uns anos mais a frente, também pensando sobre o percurso tecnológico, dois autores trabalham a evolução da televisão baseados no grau de participação dos telespectadores, pautando-se pelas potencialidades técnicas do meio. O primeiro deles, Lemos (1997, online), visualiza “com clareza a evolução da interação técnica em um aparelho de pouca interação social” e assim propõe cinco níveis de interatividade: 1) Nível 0, televisão em preto e branco com um ou dois canais, através da qual a interatividade se limita as ações de ligar e desligar o aparelho, regulagem de volume, brilho ou contraste; 2) Nível 1, quando surge a televisão em cores e aumenta o número de emissoras. Surge nesse nível o controle remoto, que permitiria a função de *zappear*, considerada como a precursora da prática de navegação na web; 3) Nível 2, quando há o surgimento de equipamentos que fazem com o que o telespectador faça novas apropriações do aparelho de televisão, através do videocassete e do videogame, por exemplo, com os quais ele pode visualizar vídeos, gravar e assistir os programas na hora que bem entender e também jogar; 4) Nível 3, quando o telespectador começa a interferir no conteúdo televisivo através de telefones, fax ou e-mail, surgindo assim os primeiros sinais de uma interatividade de caráter digital; 5) Nível 4, quando surge o que se pode chamar de “televisão interativa”, permitindo a participação através da telemática no conteúdo informativo das emissões em tempo real.

O segundo autor, Kieling (2009, online), recorre a Becker e Montez (2004) para avançar além da perspectiva de Lemos (1997, online) sobre a interatividade da televisão. Sete níveis

classificatórios são introduzidos por Becker e Montez (2004) (*APUD KIELING, 2009*) para tentar entender os novos processos de mediação pela TV relacionados com a oferta de interatividade.

Aquele que adicionam como “quinto nível” de interatividade seria a possibilidade de enviar vídeos de baixa qualidade (gravados com câmeras amadoras, *webcam* e, mesmo, analógicas) como acontece hoje com os telespectadores do “Fantástico”, por meio de um canal de telecomunicação. O sexto “nível” concebe um canal mais robusto entre a emissora e o telespectador, o qual se daria por uma banda de comunicação maior, e, por meio deste, seria possível enviar um vídeo profissional de alta qualidade (esse recurso hoje seria possível por intermédio de uma conexão banda larga de alta velocidade através de redes de cabo – ou fibra ótica). Por fim, o “sétimo nível” seria aquele que permitiria ao telespectador produzir um programa e enviá-lo para a emissora. Essa experiência hoje somente é possível por meio do sistema de transmissão de televisão pela rede mundial de computadores, que se convencionou chamar de IPTV, no caso dos portais, *Joast, Jalipo* ou *VechTV*.

Como se percebe na argumentação de Lemos e na de Becker e Montez, (*APUD KIELING, 2009*), o entendimento desses autores sobre interatividade possui um viés tecnicista. Não há, segundo Kieling (2009, online), o entendimento de uma “noção de interação, de construção compartilhada do conteúdo”, mas sim a compreensão de interatividade “a partir da lógica do dispositivo tecnológico”. A relação com a tecnologia, com a máquina é o que impera no entendimento desses autores sobre o conceito de interatividade no âmbito da televisão. A interatividade, para eles, está diretamente atrelada à questões técnicas. No entanto, isso não significa que, em função dessas modificações e evoluções técnicas não haja transformações sociais e culturais. O que é importante perceber é que tais alterações estão necessariamente associadas à potencialidades técnicas do meio.

Kieling (2009, online) necessariamente retorna a Lemos (1997) e entende que o próprio autor “compreende interatividade como uma forma de interação técnica que deixa de ser analógica para ser eletrônico-digital, que, para ele, se resume no diálogo entre o homem e a técnica, uma espécie de atividade tecnossocial”. A interatividade entre emissores e receptores não é considerada, diretamente, pelos autores nos níveis social e cultural, limitando-se apenas a indicativos técnicos referentes às potencialidades do meio, mas não pode aqui ser ignorada, como se não estivesse presente, ainda que de maneira oculta, nas argumentações que tecem.

Além dos autores já citados, uma das mais recentes tentativas de periodizações da televisão brasileira, no momento da redação dessa tese, é a realizada por Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010). Diante do caráter multifacetado do objeto, os autores reúnem pesquisadores de Antropologia, Comunicação, História e Sociologia, com o objetivo de abordar todos os níveis

dessa mídia: social, político, econômico, cultural, discursivo, estético, produtivo, profissional e tecnológico. Os autores propõem uma classificação da história da televisão em seis partes, de acordo com as décadas de existência do meio no país.

<b>Década</b>	<b>Abordagens</b>	<b>Textos</b>
1950	A televisão em formação	BARBOSA, Marialva, Carlos. <b>Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil</b> BRANDÃO, Cristina. <b>As primeiras produções teleficcionais</b>
1960	A televisão em ritmo de popularização	BERGAMO, Alexandre. <b>A reconfiguração do público</b> NAPOLITANO, Marcos. <b>A MPB na era da TV</b>
1970	A televisão em tempos de modernização	RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. <b>A renovação estética da TV</b> MOTA, Regina. <b>O programa “Abertura” e a épica de Glauber Rocha</b>
1980	A televisão em transição democrática	MIRA, Maria Celeste. <b>O moderno e o popular na TV de Sílvio Santos</b> ROXO, Marco. <b>A volta do “jornalismo cão” na TV</b> CAMINHA, Marina. <b>A tele-dramaturgia juvenil brasileira</b>
1990	A televisão em divergência	BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. <b>A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização</b> BECKER, Beatriz. <b>O sucesso da telenovela “Pantanal” e as novas formas de ficção televisiva</b> MENDONÇA, Kleber. <b>Em “Linha Direta” com os novos padrões para o telejornalismo</b>
2000	A televisão em convergência	FECHINE, Yvana; FIGUERÔA, Alexandre. <b>Cinema e televisão no contexto da transmediação</b> MÉDOLA, Ana Silvia; REDONDO, Léo Vitor. <b>A ficção televisiva no mercado digital</b>

Quadro 2: Classificação da história da televisão

Fonte: quadro elaborado a partir do índice da obra RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. História da Televisão no Brasil. Editora Contexto. São Paulo, 2010.

A quadro acima apresenta a periodização proposta pelos autores Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010) através dos artigos que ilustram cada uma das décadas. De acordo com a proposta:

Os capítulos analisam os laços indissolúveis entre as “dimensões internas” (aspectos empresariais, técnicos, artísticos, discursivos e profissionais, bem como as rotinas de produção e as estratégias de programação) e as “dimensões externas” (as pressões institucionais, o ambiente regulatório, a política nacional, a transformação econômica, as mudanças tecnológicas, as condições de produção, as estéticas e lógicas de recepção) ao fazer televisivo (RIBEIRO, SACRAMENTO E ROXO, 2010. P. 8).

O que se infere da estrutura e das temáticas abordadas nos capítulos é que uma diversidade de abordagens foi definida pelos organizadores da obra para elaborar uma trajetória histórica do meio. A multiplicidade de aspectos sob os quais a televisão pode ser estudada justifica a divisão do livro em seis partes que comportam textos que examinam temáticas diferenciadas entre si ao longo das décadas. Ainda que tal opção de estrutura possa parecer confusa, e até mesmo desorganizada, em resenha da obra, Campanella (2011, online) relata que a mesma consegue “abranger discussões sobre temporalidades e gêneros televisivos bastante distintos, ao mesmo tempo em que traz uma afinada contextualização econômica, cultural, política e social dos conteúdos pesquisados, dando, assim, uma coerência narrativa à história da TV nacional”.

O que se percebe da trajetória proposta por Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010) é que há uma temática fortemente estabelecida na obra, de forma que ainda que contextualizações econômicas, culturais, políticas e sociais possam ser estabelecidas através dos textos, o foco central está na questão do gênero, o que limitaria essa periodização, tornando-a menos abrangente e mais limitada do que aparenta ser quando em uma primeira visualização.

Diante das periodizações até aqui apresentadas, a proposta do primeiro sub-item desse capítulo tem como principal objetivo traçar um resgate evolutivo referente ao âmbito tecnológico da televisão como meio de comunicação, visando introduzir o segundo sub-item, que busca relacionar o meio com a web. Assim, ao expor autores que tomam como base diferentes critérios para periodizarem o meio, é necessário estabelecer aproximações entre eles, para que se perceba o que de comum os relaciona e justificar sua importância para a construção desse referencial teórico, bem como tentar estruturar um esquema de abrangência entre suas propostas.

Optou-se por apresentar os autores de forma cronológica, como se se quisesse assim também acompanhar o próprio desenvolvimento da história da televisão. No entanto, feito o

resgate dessas periodizações, é possível perceber que algumas são mais abrangentes do que outras, ampliando a sua cobertura em termos de como a televisão pode ser analisada sob diferentes enfoques. Dessa forma, percebe-se que a periodização apresentada por Galperin (2004, online) tende a ser a mais estratificada e ao mesmo tempo a mais vasta, já que teria a capacidade de englobar as outras periodizações dentro de suas categorizações, em função das especificações e delimitações determinadas pelos autores em suas propostas.

Não se trata, obviamente, de avaliar qual a periodização mais completa, no sentido de verificar qual delas comporta mais possibilidades de observação e análise a respeito da multiplicidade de questões que se criam em torno da televisão como meio de comunicação e seu desenvolvimento ao longo dos anos. No entanto, tal verificação é consequência desse resgate de periodizações, e cabe aqui ser apresentada para que se possa visualizar como cada uma se foca em determinados assuntos e outras não.

Critérios como questões estruturais, políticas, técnicas e econômicas encontram-se nas classificações de Berger (*APUD MACHADO, 1990*), Galperin (2004, online), Capparelli e Lima, (2004) e Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010). Aspectos estéticos figuram nas classificações de Berger (*APUD MACHADO, 1990*) e Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), enquanto que apenas Galperin (2004, online) trata sobre serviços, modelos de regulação, modelos de negócios e estratégias de negócios. Lemos (1997, online) e Kieling (2009, online) traçam uma breve linha evolutiva da televisão focando-se apenas no caminho traçado pela interatividade no meio. Apontamentos culturais, discursivos, produtivos, profissionais e tecnológicos são mencionados na periodização de Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), no entanto, é importante salientar que, da forma como são aqui apresentados em cada periodização, assim estão explicitamente descritos pelos autores, porém, é possível perceber, quando da leitura de seus textos, menções a outros tipos de critérios. Assim que, dos autores aqui mencionados acerca desse resgate histórico sobre a trajetória da televisão, somente Lemos (1997, online) e Kieling (2009, online) detêm-se apenas em um critério, que se refere ao tema da interatividade no meio. No caso da obra de Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), por exemplo, a diversidade de temáticas abordadas é ampla e a forma com que os autores periodizam a história da televisão fragmenta o processo, de modo que diversos contextos de observação podem ser considerados para se retomar o histórico do meio, ainda que a temática dos gêneros figure em diversos textos da obra. Explicitamente, apenas Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010) afirmam inserir questões referentes a tecnologia em sua periodização sobre a trajetória da televisão, mas em todos os autores citados a referência ao tema é

realizada, sendo o ponto que, juntamente com questões sociais e culturais, interessa para a configuração teórica desse trabalho.

Alterações no modelo de comunicação figuram nas argumentações de todos os autores aqui mencionados e, no contexto desse trabalho, são de forte relevância, já que se trata de um tópico ligado à questão da convergência de mídias ao tratar da relação entre emissores e receptores. Na classificação de Berger (*APUD MACHADO, 1990*), por exemplo, o tema é explicitamente abordado quando se fala sobre modelos unidirecionais e bidirecionais a partir dos tipos envolvidos na classificação. Galperin (2004, online), ao falar sobre os tipos de serviços oferecidos pela televisão em suas diferentes fases, também está referindo-se a modelos de comunicação. Kieling (2009, online) e Lemos (1997, online), ao focarem suas periodizações a partir do critério da interatividade, de certa forma, também estão tratando de mudanças no modelo de comunicação estabelecido através da televisão.

Um outro fator a ser destacado em meio às periodizações, diante do tema dessa tese, são as imbricações da televisão com outros meios de comunicação, citadas por Machado (1990), Capperelli e Lima (2004) e Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010). Ainda que Capperelli e Lima (2004) apresentem um posicionamento de caráter tecnicista a respeito dessa relação da televisão com outros meios de comunicação, digitais ou analógicos, é imprescindível referenciar suas argumentações sobre essas misturas e recorrências de um meio a outro. No caso da obra de Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), a relação do meio com outros aparece muito através de estudos sobre gêneros e conteúdos televisivos. A partir dos anos 90, segundo a periodização proposta pelos autores, quando trazem artigos que avaliam o impacto da digitalização na televisão, a sua relação, por exemplo, com o cinema e com a ficção televisiva no ambiente digital, também representa suas aproximações com a Internet e com a web.

Além das relações da televisão com outras mídias no ambiente digital, a Internet e as tecnologias digitais vem sendo utilizadas nos processos de produção e recepção de conteúdo televisivo. Essa utilização não se refere apenas à digitalização do conteúdo, em termos de gravação e geração de imagens ou na transposição dos conteúdos veiculados na televisão para a web, nos sites das próprias emissoras. Além do uso de técnicas digitais na produção do conteúdo televisivo, hoje esse conteúdo flui por outros canais de divulgação, armazenamento



e compartilhamento como, por exemplo, o YouTube e o Vimeo<sup>24</sup>. A diversidade de dispositivos digitais, que hoje permitem a captação de diferentes formatos de conteúdo, permite colocar no mesmo espaço online uma edição inteira de um programa produzido por uma emissora, por exemplo, junto com a produção de um garoto de dez anos que, com uma câmera digital embutida em um celular grava as brincadeiras com os colegas no intervalo das aulas, bem como consegue captar imagens de, por exemplo, um momento durante o terremoto que arrasou o Haiti em janeiro de 2010. Além disso, a imagem capturada por esse garoto de dez anos pode ter sido utilizada em reportagens sobre a catástrofe natural veiculadas na televisão que fizeram parte da cobertura jornalística da tragédia.

A popularização da Internet e da web, bem como o desenvolvimento das conexões sem fio e a proliferação de dispositivos como celulares, câmeras digitais de fotografia e vídeo, *netbooks*, *notebooks*, *smartphones*, *tablets*, etc., fizeram com que a produção de conteúdo midiático escapasse do controle absoluto dos veículos de comunicação oficiais. Aconteceu, de acordo com Lemos e Lévy (2010) a liberação do pólo emissor e, conseqüentemente, a proliferação da quantidade de informações, dos formatos de publicação, armazenamento e compartilhamento de todo esse conteúdo produzido hoje em dia não só pela grande mídia, mas por qualquer indivíduo com acesso a um dispositivo digital capaz de produzir conteúdo e uma conexão à Internet.

A expansão da Internet é levada por uma onda de fundo cuja amplitude e força ainda não conseguimos medir: a liberação da palavra. Como vimos, as funções pós-massivas permitem um dos princípios básicos da paisagem comunicacional contemporânea, a “liberação da emissão”, constituindo-se como a liberação da palavra em seu sentido mais amplo: sons, imagens, textos, produzidos e distribuídos livremente (LEMOS E LÉVY, 2010, P. 87).

Essas aproximações fizeram com que a televisão também sentisse a influência do uso da Internet, da web e das tecnologias digitais por seu público e em função do impacto da liberdade de emissão e da diversidade de conteúdo produzido pelos indivíduos, o meio iniciou uma nova fase. Esse novo momento não aparece descrito nas argumentações de Galperin (2004, online) nem nas de Machado (1990), porém vem se desenrolando diariamente, devido as relações que o meio estabelece com a Internet, a web e os seus públicos, através não só pelos sites das emissoras, mas por todo o espaço online, através da utilização de diversas ferramentas e tecnologias de comunicação e informação digitais.

---

<sup>24</sup> <http://www.vimeo.com>

Os radiodifusores já perceberam, e assumem, afirma Kieling (2009, online), que o consumo dos conteúdos televisivos não mais ocorre apenas pela televisão como dispositivo tecnológico e por seus tradicionais sistemas de transmissão. Esse consumo se dá, atualmente, muito pela web, bem como em outros espaços, em função da mobilidade proporcionada pela digitalização da TV aberta. Hoje, a recepção se dá no carro, nos ônibus, no metrô e no celular. Assim, a diversidade de dispositivos aliada a mobilidade reconfiguram as formas de recepção e produção e implicam no repensar dessas formas e na reconfiguração dos processos de circulação, nas práticas não apenas técnicas que se alteram no desenrolar desses processos, mas nas práticas sociais e culturais que deles decorrem.

Diante dessa nova conjuntura, essas práticas em torno da televisão são reconfiguradas, seja através da preparação do seu corpo de profissionais, munidos com as tecnologias de informação de última geração, de modo a permitir a mobilidade desses profissionais para acelerar a produção dos conteúdos televisivos, seja buscando, de alguma forma, tirar proveito do papel ativo que os receptores de sua programação vêm desempenhando. Esse aproveitamento vem se dando através do uso de conteúdos produzidos pelos indivíduos e disponibilizados na web; através do uso de canais de comunicação com seus públicos, no intuito de estabelecer uma relação com os mesmos, não apenas como uma maneira de obter um *feedback* sobre sua produção midiática, mas também para estimular essa audiência a produzir conteúdo para ser veiculado na programação televisiva. Como no exemplo citado, acontecimentos como desastres naturais, atentados, manifestações e até mesmo guerras, são ilustrações de como a televisão vem atuando em conjunto com seu público que, vítima, protagonista e testemunha dos fatos, munido de tecnologias digitais, produz o conteúdo que a emissora antes precisava comprar de uma agência de notícias, de outra emissora ou de outro meio de comunicação. A recorrência a outros meios, que já ocorria antes mesmo dos processos de digitalização, hoje extrapola o ambiente midiático e recorre aos públicos dos meios, que de receptores podem, em alguns casos, ser também produtores de conteúdos, de diferentes formatos, agindo não apenas como audiência, mas também como fontes de conteúdo e informação.

Dito dessa exposição acerca da evolução tecnológica da televisão, buscou-se esclarecer que o estudo sobre a convergência midiática não atinge legitimidade com base num enfoque puramente tecnicista, sem a consideração de apontamentos sociais e culturais. Assim que, o propósito do sub item foi expor a transição da tecnologia no âmbito da televisão levando em conta questões técnicas, sociais e culturais, de forma que o próximo item pretende apresentar um quadro teórico especificamente à relação entre a televisão e a web, também considerando esses três níveis.

O foco do próximo sub-item reside no tensionamento entre os dois meios, em função do impacto causado pelo desenvolvimento da web nos processos de produção, circulação e consumo de conteúdos televisivos, de forma que a seção encerra com a exposição de cinco mitos debatidos por Cannito (2010), a respeito dessa relação entre a televisão e as tecnologias digitais de comunicação, num esforço de demonstrar a necessidade de se pensar em termos de convergência, e não de substituição de um meio pelo outro.

### **1.2. A relação entre televisão e web e os mitos da substituição de um meio pelo outro: Transformações técnicas, sociais e culturais da televisão a partir dos processos de digitalização**

Com relações às origens das mudanças que vêm ocorrendo com a televisão, Miller (2009) identifica duas tendências: histórica e conjuntural. Para o autor, desde que o cabo foi desregulamentado na década de 70, há uma tendência que vai de encontro ao sistema de redes de transmissão abrangente e ao encontro de emissoras que dedicam sua programação a gêneros específicos. Ele constata que isso coincide com a crise macroeconômica contemporânea, quando se viu a derrocada de vários grandes anunciantes, o que diminuiu o fluxo de caixa das redes e propiciou o afundamento de muitos acordos para o posicionamento de produtos.

Frente à liberdade de produção de conteúdo permitida por sites como o YouTube, Miller (2009) não acredita que a televisão esteja sendo esquecida. O autor considera que os vídeos online do YouTube ao invés de substituírem determinados programas televisivos, os promovem, pois acredita que apesar da maior parte do conteúdo do YouTube ser amadora, tal conteúdo não é tão assistido em comparação com o conteúdos das indústrias culturais. Para Miller (2009, p. 22), “imaginar a Internet em oposição à televisão é bobagem; ao contrário, ela é apenas mais uma forma de enviar e receber a televisão. E a TV está se tornando mais popular, não menos. Suspeito que estamos testemunhando uma transformação da TV, ao invés do seu falecimento”, acredita o autor.

**Transformação** parece ser então a palavra de ordem no contexto atual referente aos conteúdos da televisão. Não se trata de estabelecer uma discussão sobre a substituição ou não da televisão pela Internet, mas sim de problematizar a relação entre a televisão e a web, em termos técnicos, sociais e culturais, de maneira a tentar enxergar como a convergência entre

esses dois meios ocorre e provoca transformações em cada um desses níveis, buscando maneiras de analisá-los.

Em um texto intitulado *O que aconteceu antes do YouTube*, Jenkins (2009, p. 144) afirma que muito do que já foi escrito sobre o YouTube sugere que tecnologias da Web 2.0 possibilitaram o surgimento de 'culturas participativas', porém, acredita mesmo é no contrário: “o surgimento das culturas participativas de todas as espécies ao longo das últimas décadas estabeleceu o caminho para a assimilação pioneira, rápida adoção e usos diversos dessas plataformas.” O que Jenkins (2009, p. 145) na verdade tenta mostrar é que antes da digitalização da comunicação já havia um “longo histórico de produção de mídia” e que plataformas como o YouTube não foram o ponto de partida dessas produções. Ainda que mesmo sem a mistura de linguagens, os indivíduos sempre produziram e buscaram conteúdo, de uma forma ou de outra. O que de novo surgiu não foram as práticas, mas sim os suportes através dos quais passaram a ser realizadas, ou seja, o desenvolvimento de novas técnicas transformou a ocorrência de práticas sociais e culturais. O caso do YouTube serve como ilustração desse raciocínio:

Se o YouTube parece ter aparecido da noite para o dia, é porque já havia uma miríade de grupos esperando por algo como o YouTube; eles já tinham suas comunidades de prática que incentivavam a produção de mídia DIY, já haviam criado seus gêneros de vídeos e construído redes sociais por meio das quais tais vídeos podiam trafegar. O YouTube pode representar o epicentro da cultura participativa atual, mas não representa o ponto de origem para qualquer das práticas culturais associadas a ele (JENKINS, 2009, P. 145).

A Internet, a web e as tecnologias digitais de comunicação, dessa forma, foram responsáveis por **potencializar** práticas anteriormente existentes, facilitando atividades e contribuindo para alterações nos comportamentos dos indivíduos, mas não foram pioneiras em reunir elementos e linguagens de comunicação. As interligações entre meios, linguagens e práticas comunicacionais iniciaram antes da configuração desse presente cenário digital, e o que mudou, e vem mudando, são os comportamentos dos indivíduos em torno dos conteúdos midiáticos. É um processo de mudança que se dá de maneira conjunta, num movimento de reciprocidade entre as transformações técnicas, sociais e culturais, já que decorrem das ações e apropriações dos indivíduos em torno de instrumentos técnicos e pelo desempenho de variados tipos de comportamentos a partir de usos diversos.

Assim, é importante verificar como, no início dessas interligações, esses comportamentos foram se modificando. Quando Santaella (2003) afirma que, nos idos dos anos 80, os indivíduos

começaram a abandonar a “inércia da recepção”, em função do surgimento de dispositivos como o controle remoto e o videocassete, que ampliaram as possibilidades de escolha dos indivíduos, questiona-se aqui: como se deu esse abandono? O público começou a perceber a oferta de mais opções e passou a usar o controle remoto para fazer suas escolhas, compraram pacotes de TV a cabo, videocassetes, personalizaram fitas cassete para escutarem em seus *walkmans*? A diferenciação que Jenkins (2008) faz entre os termos **participação** e **interatividade** é útil para se entender como se deu o abandono desse comportamento inerte, a evolução de uma postura passiva para outra mais ativa, pois gera um raciocínio sobre as mudanças sociais e culturais ocorridas desde as primeiras conexões entre meios, linguagens, dispositivos e práticas até o contexto atual, dito convergente.

Jenkins (2008, p. 182) coloca a interatividade como o “modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao *feedback* do consumidor”, assim que podem existir diferentes níveis de interatividade em função de cada tecnologia de comunicação. Já a participação é, segundo Jenkins (2008, p. 183), “moldada pelos protocolos culturais e sociais”, é mais ilimitada que a interatividade e controlada mais pelos consumidores dos produtos midiáticos que por seus produtores. Diante dessa diferenciação, poder-se-ia dizer que desde as primeiras manifestações de interligação entre diferentes meios, linguagens, dispositivos e práticas comunicacionais, que, como aponta Santaella (2003), iniciaram em meados da década de 80, o fato de os indivíduos deixarem de ter um comportamento passivo para adotarem um comportamento mais ativo no consumo dos conteúdos midiáticos foi abrindo o caminho para um cenário mais interativo, em diferentes níveis, para, a partir do final dos anos 90, além de interativo tornar-se mais participativo<sup>25</sup>. Chagas (2010, online) atribui o anseio do telespectador por participação à busca de outros meios onde possa atuar de maneira mais ativa e afirma que foi na Internet que esse telespectador “encontrou espaço para 'falar', trocar informações e produzir conteúdo”.

Essa mudança de comportamento alterou os processos comunicacionais e, para Castells (2007), essas alterações iniciaram não somente no fim dos anos 80, mas na década de 70, com uma revolução tecnológica deflagrada pelas redes digitais e pela microeletrônica – e aqui é possível perceber a confluência entre os três níveis de transformações, técnico, social e cultural. Os comportamentos e os formatos de comunicação se modificaram local e globalmente, segundo o autor, em função da Internet e da comunicação sem fio. No entanto,

---

<sup>25</sup> A diferenciação entre interatividade e participação apresentada por Jenkins (2008) mostra a recorrente incidência de equívocos quanto ao uso dos termos interatividade/interativo(a).

Castells (2007, p. 9) toma o cuidado de enfatizar que grande parte da comunicação pública ainda é realizada através dos meios de massa e que, o que na realidade acontece, é uma “interação crescente entre a comunicação mediada por computador (CMC) e as outras mídias que desenvolve-se dentro da lógica específica de cada mídia”.

Através desse raciocínio, Castells (2007) quer mostrar que não defende o argumento de eliminação das mídias de massa pela Internet, pelo contrário. Para ele, a Internet não elimina a televisão, mas sim a transforma, assim como o rádio e a imprensa escrita, que, segundo ele, contribuem para o crescimento de um sistema de mídia diferenciado. Tal sistema de mídia, segue o autor, se concretiza pela interligação entre formatos de comunicação diferentes entre si, com lógicas próprias de cada um e com um conjunto de valores, interesses e tradições inscritos em suas organizações institucionais.

Da mesma forma que Castells (2007), Fragoso (2005, online), Cardoso (2007), Pool (1983, 1990) e Jenkins (2008) são autores que não acreditam na eliminação das mídias já existentes antes do surgimento da Rede. Fragoso (2005, online), quando trata sobre convergência, toma um certo cuidado ao abordar o tema, pois discorda do entendimento de autores que consideram o processo como a migração completa de estratégias e finalidades comunicativas dos meios anteriores à Rede para esta, e, de forma mais restritiva, segundo a autora, para a web. Para ela, uma convergência dessa natureza parece não considerar as diferenças entre as mídias e tal migração tornaria cada vez menos significativas as condições de especificidade de cada meio de comunicação. A autora explica que a lógica baseada em um modelo irradiativo, o qual é responsável por características de meios como a televisão e o rádio - que, segundo ela, continuam impactando a vida de cidadãos do mundo ocidental - parece cada vez mais fadada a dar lugar ao que ela chama de modelo “sob demanda”. A redução da diversidade de suportes, de acordo com a autora, seria responsáveis pela geração de formatos mais criativos para a elaboração de mensagens com conteúdo de melhor qualidade. Além disso, não seria a escolha mais adequada diante da multiplicidade de opções que hoje é disponibilizada aos indivíduos não só no ambiente digital, mas na confluência entre as mídias digitais e analógicas, que cada vez mais conversam entre si em um movimento de integração para a constituição de produtos midiáticos que transitam por diferentes meios e suportes.

Nesse sentido, quanto ao atual sistema de mídia Cardoso (2007, p. 16), considera que o mesmo se caracteriza não por uma convergência tecnológica, mas por uma organização em

rede, que ocorre em vários níveis, da relação tecnológica à organização econômica e à adequação social. O autor diz que ao contrário de “opiniões muitas vezes veiculadas em artigos de jornais e revistas, especializadas ou não, por consultores e diversos líderes de opinião, teríamos assistido durante os últimos anos a uma convergência em diversas dimensões do universo da mídia”, mas, na verdade, acredita que é preciso manter um espírito aberto e crítico quando se busca responder até que ponto tal convergência se realizou ou não.

A articulação em rede, de acordo com a hipótese do autor, baseia-se no fato de que o sistema de mídia atual está cada vez mais estruturado em torno de duas redes principais: a televisão e a Internet. Um processo de interligação, argumenta Cardoso (2007) é o que ocorre com o surgimento de novas tecnologias de comunicação e informação na sociedade em rede, não havendo substituição de um meio pelo outro, mas um processo de comunicação entre a televisão e a Internet. Para ele, essas duas redes se comunicam, cada vez mais, através de diferentes tecnologias de comunicação e informação, estabelecendo nós com essas diversas tecnologias, como o telefone, o rádio e o impresso. Além disso, Cardoso (2007) acredita que a televisão e a Internet oferecem possibilidades de interatividade permitidas por elementos tecnológicos e que as pessoas valorizam essas dimensões interativas e participativas.

Ainda mostrando que não acredita na substituição de um meio de comunicação por outro, Cardoso (2007, p. 18) diz que mesmo no início do século XXI – ainda que se perceba uma diminuição do tempo de consumo de conteúdo televisivo por usuários da Internet - a televisão ainda está presente no rol de atividades cotidianas dos indivíduos. O que pode ser questionado, ele afirma, é se a televisão ainda atua como elemento central do sistema de mídia e da cultura dominante das sociedades contemporâneas ou se é possível colocar em discussão o fato de se considerar ou não a Internet como responsável pela configuração de um “caráter erosivo da centralidade da televisão”.

... procura-se discutir até que ponto a *sociedade em rede* (Castells, 2002) é uma sociedade em que a internet coloca em xeque o poder da mídia tradicional (Cardoso e Santos, 2003) ou se, em alternativa, as forças em ação são mais sutis criando um novo espaço de *mediação* no qual rádio, televisão e jornais se articulam com a internet, assumindo cada um especificidades próprias no processo de mediação (CARDOSO, 2007, p. 18).

Diante desse contexto, *frienemy* é uma expressão que, segundo Tourinho (2009, p. 151), traduz a estratégia que vem sendo adotada por alguns executivos de televisão: “a

televisão se alia à força de seu principal concorrente neste novo mercado”. O autor explica que tal estratégia se baseia, por exemplo, na compra de direitos de transmissão exclusiva de um determinado evento e do direito de exibir tal evento em diversas mídias. Esse tipo de parceria, segundo ele, se manifesta não apenas entre canais de televisão e páginas na web, mas também em interesses editoriais, como nos casos de programas de televisão que remetem seus telespectadores aos sites das emissoras na web; ou então quando determinado programa de televisão começa a crescer a partir do interesse que gera através de um site. Ele também cita como exemplo casos em que empresas de varejo lançam rádios próprias na web, com o intuito de atrair anunciantes ao mesmo tempo em que concentram em si mesmas parte das verbas publicitárias que seriam gastas com mídias tradicionais.

Um quadro com dados sobre o consumo de mídia no Brasil é apresentado por Tourinho (2009), com base em pesquisa divulgada pela consultoria *Pyramid Research*.

<b>Mídia/Plataforma</b>	<b>Usuários/Audiência</b>	<b>Tendência</b>
Computadores	64 milhões de usuários IBGE 2008	Crescimento de 23% entre 2008/2007 (GFK)
Internet	64,5 milhões de internautas Meio&Mensagem dez 2008 3,4 milhões em 1995	Previsão de 150 milhões de usuários em 2010 Ministério das Comunicações
Internet banda larga	6,5 milhões de internautas (IDC)	Crescimento
Celular	140 milhões de usuários (ANATEL) Eram 7,3 milhões em 1998	Crescimento 15% ao ano (ANATEL)
TV por assinatura	4,9 milhões de assinantes (ABTA)	Queda
TV aberta	Aproximadamente 63 milhões de telespectadores (IBOPE -TGI Brasil - 2006/2007)	Queda
IPTV	500 mil assinantes até 2010 19,6 milhões de assinantes no mundo/2008	Crescimento
Pager	50 mil usuários 2008 Eram 1,2 milhões em 1995	Queda

Quadro 3: Consumo de mídia no Brasil

Fonte: Tourinho, 2009, p. 153.

Citando uma diversidade de programas que investem em novas linguagens na televisão e na mistura de suas produções com a Internet, a web e outras tecnologias digitais, Tourinho



(2009, p. 154) afirma que “não se tem mais a ilusão de que é possível manter o 'seu' telespectador longe, indiferente, da Internet”. Como exemplo, o autor diz que os telejornais remetem para a rede os seus telespectadores, sempre, e não uma ou duas vezes. “A Internet é parte do telejornal. O telejornal da televisão está na Internet, empresta sua audiência à web e espera tê-la de volta no momento seguinte. Se isso vai acontecer, ainda não sabemos. São experiências que nos parecem inevitáveis”. Nesse sentido que Cardoso (2007) fala em nós que a Internet e a televisão estabelecem com outras mídias, como o rádio, o telefone e o jornal impresso, por exemplo, já que hoje se pode pensar em diversos outros espaços midiáticos pelos quais um conteúdo pode circular.

Esse tipo de paisagem midiática onde os meios de massa antes competidores seriam hoje aliados, é a maneira como Salaverría e Avilés (2008, online) visualizam o estágio atual desse contexto de convergência. Os autores citam como exemplo as alianças realizadas pelos meios audiovisuais com empresas de telecomunicação.

Las estrategias comerciales de las empresas de comunicación persiguen utilizar eficazmente cada una de las diferentes plataformas de multidifusión, teniendo en cuenta sus diferencias y complementariedades tecnológicas, y preservando al mismo tiempo la coherencia de sus contenidos. En principio, la convergencia digital posibilita una mejor transmisión de los contenidos informativos en los medios, así como reforzar e innovar su imagen de marca, con la utilización de plataformas que permiten llegar a una audiencia más amplia. Numerosas empresas de comunicación están integrando sus plataformas tecnológicas y, a través de otras empresas afines, están promoviendo intereses comunes y alianzas estratégicas. Por ejemplo, desde hace varios años, los medios audiovisuales se han asociado estratégicamente con empresas de telecomunicaciones, o viceversa, con objeto de lanzar servicios digitales o canales de televisión interactiva. De este modo, la convergencia digital tiende a configurar un paisaje mediático en donde los medios tradicionales, antes competidores, son ahora aliados (SALAVERRÍA E AVILÉS, 2008, ONLINE)<sup>26</sup>.

Trata-se de uma abordagem que segue essa ideia de *frienemy*, e que então reforça a possibilidade de convivência entre diferentes mídias, como no caso aqui em análise, da televisão e da web. Não há porque insistir em um debate acerca da sobrevivência de um meio sobre o outro, mas sim de avaliar como diferentes meios convergem hoje dentro de um quadro multimidiático.

---

<sup>26</sup> Tradução da autora: As estratégias comerciais das empresas de comunicação procuram efetivamente usar cada uma das diferentes plataformas de difusão seletiva, levando em conta suas diferenças e complementaridades tecnológicas, e preservando a consistência de seu conteúdo. Em princípio, a convergência digital permite uma melhor transmissão conteúdos informativos nos meios, assim como o reforço e a inovação da imagem de marca, com a utilização de plataformas que permitem o alcance de uma audiência mais ampla. Várias empresas de comunicação estão integrando suas plataformas tecnológicas e, através de outras empresas afins, estão promovendo interesses comuns e alianças estratégicas. Por exemplo, há vários anos, os meios audiovisuais se associaram estrategicamente com empresas de telecomunicações, ou vice-versa, com o objetivo de lançar serviços digitais ou canais de televisão interativa. Desse modo, a convergência digital tende a configurar uma paisagem midiática na qual os meios tradicionais, antes competidores, são agora aliados.

Um outro apontamento feito por Tourinho (2009), é que não se trata apenas da utilização de novos dispositivos tecnológicos que alteram as formas de produção e recepção de conteúdo televisivo, mas também os sites de vídeos, como o YouTube, Yahoo!<sup>27</sup> e FizTV<sup>28</sup>. Ele explica que tais sites reconfiguram a maneira de se assistir audiovisual, pois não possuem limites para o armazenamento de arquivos, possuem atualização permanente e em escala global e o oferecimento de produtos é “voluntário” e gratuito, o que remete aqui não só ao aspecto técnico do conceito de convergência midiática que se adota nesse trabalho, mas também à questões sociais e culturais que se relacionam com práticas e hábitos em torno dos processos de produção, circulação e consumo desses conteúdos. A participação dos usuários na produção de conteúdo e a liberdade de escolha cada vez mais maximizada são fatores impulsionados pelo desenvolvimento técnico e que assim significam alterações na recepção, ao mesmo tempo em que influenciam na produção de conteúdo.

O usuário, não mais mero espectador, tem maior autonomia para a escolha do que vai ver e da hora em que vai assistir. Não há como uma emissora de TV concorrer nestes aspectos. Uma imagem veiculada pelo telejornal em alguns segundos pode ser revista, provavelmente, com mais detalhes e tempo, no YouTube (TOURINHO, 2009, P. 155).

Como já afirmava Santaella (2003), que a “inércia da recepção” começava a enxergar seu fim quando, na década de 80, os telespectadores estavam entrando em um momento regido pela liberdade de escolha através da individualização e da personalização do conteúdo, o que se visualiza com o crescimento desses sites de audiovisual é o desprendimento total dessa inércia da recepção. Ao terem a opção de navegar por uma infinidade de conteúdos, bem como de produzir e disponibilizar para qualquer pessoa conteúdos audiovisuais, os usuários desses sites experimentam uma nova forma de consumo de audiovisual, provocando reconfigurações nos processos de produção das emissoras tradicionais de televisão. Estas, por sua vez, como afirma Tourinho (2009), já perceberam a necessidade de se adaptar a essa diversidade de meios e suportes e trabalham baseadas em estratégias de integração de suportes e conteúdos.

Para abordar a relação entre televisão e Internet, Médola (2005, online) prefere utilizar o termo “migração”, considerando que o primeiro meio migre para o segundo, mas acreditando que tal processo é “de constituição de uma nova mídia e como tal requer um olhar

---

<sup>27</sup> <http://www.yahoo.com>

<sup>28</sup> <http://www.fiztv.com.br>

cuidadoso”. A autora acredita que vários desafios ainda devem ser superados até que “a televisão seja completamente absorvida pelos novos meios”.

Em uma análise sobre o Globo Media Center, central de conteúdo em *streaming* do portal e provedor Globo.com<sup>29</sup>, a autora identifica três papéis desempenhados pelo receptor do conteúdo televisivo disponibilizado na web: internauta, usuário e telespectador, e explica que “internauta porque é preciso estabelecer conexão com a rede, usuário porque vai se servir de um catálogo disponibilizado e telespectador porque esse acesso é motivado por modelizações provenientes da experiência vivida previamente como telespectador”. Nessas diferenciações de papéis assumidos pelo mesmo indivíduo, mencionadas por Médola (2005, online), percebe-se que em determinados momentos os posicionamentos são assumidos devido a reconfigurações técnicas e em outros em função de alterações sociais e culturais, num jogo que se inverte, ora pela a tecnologia, ora por causa dos comportamentos assumidos pelos indivíduos através das diversas apropriações que fazem de instrumentos, ferramentas e sistemas de comunicação.

Em termos de recepção, Gómez (2011) considera que as audiências e o que ele chama de processos de “audienciación”<sup>30</sup>, não se esgotam com o surgimento do novo, no caso com a consolidação da tecnologia digital e com as formas de conexão que se estabelecem através de novos dispositivos tecnológicos. Para ele, as formas de comunicação e os meios analógicos não se tornam obsoletos, mas coexistem com as novas possibilidades e meios digitais. Assim, enquanto Cardoso (2007) fala em interligação e Médola (2005, online) em migração, Gómez (2011) fala em convivência, mas vai além, fazendo um alerta a respeito do comportamento da audiência a respeito do consumo dos conteúdos midiáticos.

Ni los medios de comunicación tradicionales, cines, radio y televisión, están enfilándose a la muerte (Carlón y Scolari, 2009), como algunos deslumbrados autores han querido profetizar, ni los viejos modos de interactuar se terminaron. Conviven también con los nuevos, para bien o para mal, se acomodan y se descubren en la investigación a veces más fuertes que nunca. Ni siquiera la interacción creciente con la internet aniquila o extirpa los tradicionales y tan cuestionados roles de “espectadores” (pasivos) entre sus usuarios, ni mucho menos es garantía de una verdadera participación horizontal (White, 2006) (GÓMEZ, 2011, P. 379)<sup>31</sup>.

<sup>29</sup> <http://globo.com>

<sup>30</sup> Preferiu-se não realizar a tradução e manter o termo no original.

<sup>31</sup> Tradução da autora: Nem a mídia tradicional, cinema, rádio e televisão, são enfilándose à morte (Carlón e Scolari, 2009), como alguns deslumbrados autores têm tentado profetizar, nem as velhas formas de interação acabaram. Convivem também com os novos, para o bem ou para o mal, se acomodam e se descobrem na investigação às vezes mais fortes do que nunca. Nem mesmo a interação crescente com a Internet aniquila ou extirpa os tradicionais e tão questionados papéis de espectadores (passivos) entre seus usuários, nem muito menos é garantia de uma verdadeira participação horizontal.

A transmedialidade, que é o que Gómez (2011) define como a possibilidade de um conteúdo midiático circular por diversos suportes como, por exemplo, num canal de televisão e na web, junto com o aumento da ubiquidade das audiências e o fato de os indivíduos estarem hiperconectados são fatores que reforçam a impressão de que o consumo midiático se tornou uma prática essencialmente produtiva por ficar a cargo dos consumidores. No entanto, o autor aponta para o fato de que nem sempre esse consumo é ativo, sendo, muitas vezes, meramente reativo, baseado numa relação de horizontalidade. Isso significa que nem sempre, ainda que haja possibilidades para tal, as audiências irão efetivamente participar da produção do conteúdo midiático e/ou aproveitar todas as potencialidades interativas oferecidas, por isso o autor fala sobre a convivência entre os meios e as formas de comunicação analógicos e digitais, já que a partir do comportamento dos indivíduos diante das escolhas que fazem frente a tais possibilidades não seria possível se confirmar a ocorrência de um processo de migração.

Para Gómez (2011), o processo que se tem denominado de *migração digital* não é o mesmo que esse trânsito de audiências receptivas, ainda que não meramente passivas, para audiências produtoras, ainda que não necessariamente criativas. O que se tem considerado como migração digital está ligado com a ideia de substituição, excluindo-se a dimensão analógica, que seria a plataforma de origem para a maior parte das audiências atuais que não nasceram na era digital.

O que aqui se infere sobre o atual estágio dessa evolução midiática está calcado nos argumentos de Gómez (2011) e Cardoso (2007), entendendo-se o presente momento como uma fase mais voltada para o relacionamento entre os dois meios do que para um processo de transposição de um para o outro ou de substituição de um pelo outro. Há que se considerar sim, com o tempo, o surgimento de uma nova linguagem midiática, e, como afirmam alguns autores, até mesmo de uma nova mídia, mas não compartilha-se aqui do entendimento de Médola (2005, online) em termos de migração.

O que se pode perceber atualmente, além da concomitância de diferentes mídias dentro de um único ambiente, é a simultaneidade no uso de diferentes dispositivos de comunicação ou suportes midiáticos, como, por exemplo, o uso dos aparelhos de televisão e do computador. Tourinho (2009) cita a preocupação que hoje existe com a audiência dos canais abertos de televisão e com o fato de algumas pessoas estarem deixando de assistir televisão

devido a fatores como, por exemplo, o crescimento do número de *downloads* de programas pela Internet. Sites de vídeos online como o Youtube e o Joost<sup>32</sup>, segundo Elroy Joplin, diretor de pesquisa do Gartner (*APUD* TOURINHO, 2009), também são fortes competidores no mercado de vídeos, assim como os sites de redes sociais. O diretor também destaca a evolução dos aparelhos eletrônicos, cujos fabricantes começam a oferecê-los nesse mercado, como é o caso do AppleTV<sup>33</sup>, da Apple. Diante desses fatos, Tourinho (2009, p. 150) apresenta dados numéricos sobre a presença de televisores e computadores nos lares brasileiros e afirma que se por um lado o número de computadores com acesso à Internet venha crescendo, as mídias tradicionais ainda “têm ampla margem de segurança para seus negócios; por outro, revela o enorme tsunami que está a caminho”. O que o autor tenta evidenciar com esta afirmação é que, ao contrário de postulados sobre a “morte” de alguns meios de comunicação em função do surgimento de outros, há um novo processo de convivência entre esses meios, o qual ainda não se sabe exatamente como esse processo funciona ou irá funcionar.

Os indícios desse funcionamento, como se percebe nas argumentações dos autores citados, são de um processo de recorrência de um meio a outro, de modo que se em um há apenas o consumo, em outro há a possibilidade de interatividade não só com o conteúdo, mas também com outros consumidores desse conteúdo. É nesse sentido que Jensen (2010) fala sobre a navegação dos indivíduos através de diferentes formatos e dispositivos de mídias para ter acesso a informações e outras pessoas que transmitem informações.

To get your point, I listen to your speech sounds and watch your gestures. To update myself on national events, I turn the pages of my morning newspaper, and change the channels on my radio and television sets. To monitor the state of the world, in the public sphere and my own private sphere, I daily surf the web at regular intervals and exchange text messages with my partner (JENSEN, 2010, P. 100)<sup>34</sup>.

Assim, Jensen (2010) diz que, em sua comunicação diária, o indivíduo estabelece *trocas de turnos* com pessoas e meios; navegando por diferentes mídias torna-se acessível pela comunicação e ganha acesso a outros comunicadores e mundos. Essa argumentação sobre comunicação baseada em trocas de turnos data da década de 70 e funciona de modo que turnos geram mais turnos, independentemente de serem no mesmo ou em diferentes meios, através de um revezamento de

---

<sup>32</sup> <http://joost.com>

<sup>33</sup> <http://www.apple.com/br/appletv>

<sup>34</sup> Tradução da autora: Para obter o seu ponto, eu escuto os sons do seu discurso e assisto seus gestos. Para atualizar-me sobre os acontecimentos nacionais, eu viro as páginas do meu jornal da manhã, e mudo os canais no rádio e televisão. Para monitorar o estado do mundo, na esfera pública e da minha própria esfera privada, eu surfo diariamente na web a intervalos regulares e troco mensagens com o meu parceiro.

consumo de mídia em diferentes períodos do dia, já que os indivíduos acessam e fazem uso de diferentes meios e entram em contato com diversas pessoas em diversos momentos, por isso as trocas.

We return for an update of the news the next day, or go to compare a news item with another source on the same day; we look out for the next release by our favorite film director; and engage in discussions about world events or Academy Award winners by instant messaging or face-to-face (JENSEN, 2010, P. 101)<sup>35</sup>.

O autor afirma que uma das principais atitudes que as pessoas possuem sobre os meios de comunicação é falar sobre eles e que elas fazem isso em turnos e sequências, em fluxos múltiplos, dentro e através dos próprios meios. O atual contexto é propício para práticas desse tipo, ao oferecer uma diversidade de formatos midiáticos através dos quais os conteúdos podem ser objetos de conversação, debate, crítica e diálogo. Sites de redes sociais, blogs, microblogs, fóruns, comunidades virtuais, dentre outras ferramentas de comunicação digital disponíveis hoje na web permitem esse tipo de comunicação através de turnos e são todas ferramentas que hoje disponibilizam além de espaços de comunicação interpessoal, conteúdos midiáticos, de modo que, além de se configurarem como um espaço de disponibilização e armazenamento desses conteúdos servem como um espaço de fluxo de mensagens em torno desses, sobre esses conteúdos. Os indivíduos que se utilizam dessas ferramentas, por elas transitam acessando os conteúdos nelas disponibilizados e podem, a qualquer momento, inserir mais conteúdo e comentar, debater, discutir acerca desses conteúdos e das mensagens que eles mesmos e outros indivíduos inserem nesses espaços.

Jensen (2010) lembra Claude Lévi-Strauss quando este pensa como os membros de uma cultura se comunicam, referindo-se aos mesmos como objetos para se pensar com. Da mesma forma, ele explica que os artefatos servem como símbolos programáveis de intercâmbios significativos e a comparação que Jensen (2010) faz com Lévi-Strauss é a de que os meios contemporâneos podem ser considerados como instituições para serem utilizadas como instrumentos para o processo de pensamento, como infraestruturas modais que possibilitam interações através do tempo e do espaço. Segundo o autor, os meios são programados pelas culturas e pelas sociedades, que também são programadas pelos meios, no mesmo sentido em que anteriormente se falava na questão das trocas turnos, de uma maneira recíproca e com base numa

---

<sup>35</sup> Tradução da autora: Nós voltamos para a atualização das notícias no dia seguinte, ou vamos comparar a notícia com outra fonte, no mesmo dia, olhamos para o próximo lançamento do nosso diretor de cinema favorito, e participamos de debates sobre os acontecimentos mundiais ou sobre vencedores do Prêmio da Academia por mensagens instantâneas ou face a face.

influência mútua. Assim, desse argumento de Jensen (2010), infere-se que a recorrência a outros meios e indivíduos torna-se cada vez mais uma prática comum em meio a um panorama comunicacional marcado pela multiplicidade de meios e pela versatilidade de papéis que os indivíduos assumem nos processos de comunicação, ora de emissores, ora de receptores. Essa recorrência diária a diferentes meios de comunicação, através de suportes variados, bem como a interação estabelecida com vários outros indivíduos através desses espaços comunicacionais, permite que se faça um paralelo do atual sistema de mídia baseado na convergência com o a compreensão que Jensen (2010) faz dos meio como instituições capazes de serem utilizadas como instrumentos para o processo de pensamento, já que proporcionam interações através do tempo e do espaço, até mesmo reconfigurando tais questões.

A atual configuração midiática flexibiliza o espaço e o tempo não só em função da mobilidade dos dispositivos e das pessoas que os utilizam em qualquer lugar e momento, mas pela vastidão de opções de consumo que oferece aos indivíduos, os quais também reconfiguram suas escolhas dentre essa multiplicidade de ofertas, de acordo com suas preferências. A relação de oferta e procura, no entanto, não se limita a papéis definidos, já que, nessa relação, produtores e consumidores podem trocar de lugar a qualquer momento, dependendo do espaço em que circulam os conteúdos midiáticos.

Primo (2008, online) acredita que “os meios digitais rearticulam a estrutura midiática da contemporaneidade”, e que “existe uma inter-relação dos diferentes níveis de mídia”. O autor chama de *encadeamento midiático* a interpenetração entre os níveis de massa, de nicho e micromídia, níveis esses propostos na classificação de Thornton (1996). Para Primo (2008, online), o encadeamento midiático refere-se “a intertextualidade entre diferentes meios de comunicação, movimentando diversos tipos de produção e interação”.

Com facilidade pode-se reconhecer uma infinidade de exemplos desse processo: blogs que comentam novelas, jornais que tratam de temas em debate na blogosfera, jornalistas que acompanham o Twitter em busca de novas pautas, podcasts que discutem o desenvolvimento de uma série da tevê a cabo etc (PRIMO, 2008, ONLINE).

Em estudo sobre a inter-relação dos blogs e dos microblogs com a mídia de massa, Primo (2008, online) afirma que, partindo da ideia de encadeamento midiático não há como dizer que há uma espécie de implosão das indústrias culturais, de modo que vivencia-se uma sociedade pós-massiva. O autor recupera as considerações de Santaella (2003) sobre as eras culturais e diz que a cibercultura não está sucedendo a cultura das mídias de forma a negá-la;

Primo (2008, online) acredita em uma superposição de eras culturais, assim como postula Santaella (2003). O autor, no entanto, pondera que a micromídia digital, sub-categoria que ele cria a partir da classificação de Thornton, e que envolve os blogs e os microblogs, desafia a centralidade da televisão, por exemplo, no momento em que “as informações industrializadas passam a ser debatidas em blogs”.

O que Primo (2008, online) chama de encadeamento midiático, muito se aproxima das trocas de turno de Jensen (2010). O trânsito estabelecido pelos indivíduos por entre diferentes mídias configura um fluxo midiático que é mobilizado pelos intercâmbios de informação realizados pelos indivíduos através dos espaços midiáticos em torno dos conteúdos publicados, a qualquer momento. Este movimento rege a formação do sistema de mídia vigente, nunca fixo, já que o fluxo é sempre contínuo, em constante modificação por parte das atividades realizadas pelos indivíduos em torno das mídias, no caso aqui, entre a televisão e a web.

A própria evolução das redes digitais demonstra como esse cenário midiático vem sendo modelado nesse sentido. Cardoso (2007) considera que na sociedade em rede, a maneira como os indivíduos se apoderam socialmente da mídia é que acaba determinando a organização do sistema. “É pela forma como atribuímos papéis sociais de informação, entretenimento, ação e organização a cada mídia que desenhamos as redes de interdependência entre elas”, afirma Cardoso (2007, p. 16). No entanto, o próprio autor alerta que “embora a mídia nos acompanhe desde que organizamos de forma sistematizada os códigos de comunicação (Eco, 1977), só neste momento da nossa história é possível encontrar um modelo de organização do sistema de mídia baseado na interligação em rede” (CARDOSO, 2007, P. 16). Isso porque, diz ele, a Internet inicialmente possibilitou a migração de meios de massa para o ambiente digital e assim criou as pontes entre a velha e a nova mídia. Mas Cardoso (2007) não coloca uma linha de separação entre as duas, pois considera que, num segundo momento, a Internet – e em grande parte celulares e o SMS – foi a grande responsável pela interligação entre todas as mídias, digitais ou analógicas.

Essa integração tem um forte impacto no comportamento do telespectador. Murray (2003) credita alterações do mesmo aos processos de digitalização da informação, afirmando que o que se percebe é a passagem de atividades sequenciais para atividades simultâneas. Se antes o telespectador assistia ao conteúdo televisivo para depois interagir, hoje realiza as duas ações ao mesmo tempo. Chagas (2010, online) afirma que no Brasil “mudanças no



comportamento do telespectador e das produções já são identificadas, muito em função da popularização da Internet e do anseio por interagir e fazer parte da produção de conteúdo da TV”. A autora recorre a Jenkins, explicando que para ele “esta nova 'prática interligada em rede' de consumir produtos televisivos, estando conectado à web configura os modos de consumo e produção dos produtos televisivos”. Ela diz que não se trata de assistir televisão pelo computador, mas sim no aparelho de televisão, comentando o conteúdo nas redes sociais online. Acompanhar o programa não é suficiente, explica Chagas (2010, online), o telespectador, também internauta, quer compartilhar sua opinião sobre a programação e o registro dessa opinião na web é o que legitima esse público cada vez mais ativo na mídia.

Uma pesquisa de John Carey, sobre o uso de *laptops* paralelo ao uso da televisão é citada por Pavlik (2008). Os dados indicam algumas diferenças entre os dois dispositivos no que concerne à materialidade dos meios e Pavlik (2008) destaca que a televisão não é móvel como o *laptop* e talvez não seja capaz de armazenar ou de disponibilizar todos os jogos de futebol de um determinado time ou campeonato, por exemplo, como no caso do computador, o que hoje já é algo questionável, em função dos canais *pay-per-view*. Um outro apontamento que o autor faz é de que o *laptop* é um dispositivo privado, ao contrário da televisão, que pode ser compartilhada com outras pessoas. No entanto, o autor não percebe o fato de que o telespectador pode acompanhar o jogo em canais coletivos ou então interagindo com outros telespectadores, no caso usuários de sites e interagir com essas pessoas nos sites pelos quais acompanha os jogos, o que, dessa forma, tornaria, não o computador, mas o site, ou o ambiente no qual ele acompanha o jogo, um espaço coletivo, acessado através do *laptop*. Nesse caso, ainda que o dispositivo seja particular, o espaço acessado é coletivo, o encadeamento midiático se estabelece em espaços públicos e coletivos, a geração dos turnos depende da publicidade desses espaços e dos conteúdos serem acessíveis a qualquer indivíduo. Assim, as mudanças no comportamento do espectador são motivadas pelas possibilidades oferecidas pela tecnologia, pelos dispositivos e suas potencialidades, bem como pelas atividades que os espectadores realizam em determinados ambientes dependentes da conexão para se constituírem. Fica claro, dessa forma, a interdependência entre os níveis técnico, social e cultural na reconfiguração do cenário midiático em função da interligação das mídias de massa com as mídias digitais.

Comportamentos como o de se assistir a conteúdos televisivos através do computador, por exemplo, alimentam o crescimento de uma corrente que preconiza a transformação da televisão em computador, ou mais especificamente, o uso do aparelho para o acesso à Internet. Canitto

(2010) afirma que a ideia não é absurda, já que considera plausível o fato de que a TV seja utilizada para o acesso a conteúdos digitais. No entanto, faz um alerta quando afirma que com a possibilidade de acesso à Internet pela televisão, as pessoas deixariam de consumir os conteúdos televisivos. Sua crença é de que isso não acontecerá, ele não acredita que as pessoas deixarão de consumir conteúdo televisivo só porque terão a possibilidade de acessar a Internet pelos seus aparelhos de televisão.

O fato é que a reunião de conexão à Internet e conteúdos televisivos em um único aparelho já é realidade hoje, através não só de aparelhos de televisão, como também através de computadores e celulares, o que demonstra que o consumo de conteúdos televisivos não tem sido eliminado pelo acesso à Internet, pelo contrário, tem sido potencializado ao transitar por outros espaços, através de outros suportes, como já foi visto até aqui. O desenvolvimento da tecnologia, de ambos os meios aqui analisados, televisão e web, provoca essa necessidade de reflexão, de forma que a discussão vai além do simples questionamento sobre o fato de se um meio vai superar o outro, mas reside, principalmente, em como esses meios vão conviver daqui para frente, inseridos em um contexto de convergência, como se viu anteriormente.

Cannito (2010, p. 15, 16) diz que a opinião majoritária hoje “defende a chegada de um apocalipse completo e a transformação da televisão em algo completamente novo”. O autor, no entanto, defende um posicionamento oposto a este, afirmando que “o digital tornará a televisão ainda mais televisão”.

Na aurora de uma nova tecnologia são produzidos programas inovadores e vanguardistas, em um processo de pesquisa de tendências e experimentação. No entanto, apenas se sedimentam os programas que se relacionam com o uso social e com os hábitos de consumo dos receptores. [...] A experiência cultural de ver televisão não será extinta pelas possibilidades da internet caseira e de fenômenos como o vídeo na internet (o YouTube). Nossa hipótese é que a experiência de assistir à televisão tem características próprias que continuarão existindo mesmo no ambiente da convergência, e que os novos sucessos serão programas que dialoguem com – e potencializem – os hábitos tradicionais do público (CANNITO, 2010, P. 16).

A afirmação de Cannito (2010) sobre o futuro da televisão diante do uso da Internet deixa brechas que geram questionamentos como, por exemplo, sobre as características da experiência de assistir televisão no ambiente de convergência. Essas características não sofrerão alterações, partindo-se da premissa de que o próprio conteúdo televisivo sofrerá, como já vem sofrendo, reconfigurações em seus processos de produção e recepção? Entende-se que o conteúdo produzido para ser transmitido na televisão terá que ser repensado, cada vez mais, devido ao

avanço do desenvolvimento das tecnologias digitais de comunicação. O próprio fato de que hoje uma pessoa já poder acessar a Internet através da televisão implica no repensar do uso desse aparelho e, conseqüentemente no conteúdo a ser veiculado no mesmo. A televisão empregou características e práticas do rádio assim que surgiu e hoje tem incorporado práticas da Internet, no momento em que passa a permitir o acesso a essa Rede. A própria linguagem do meio televisivo tem sofrido influência da Internet, e o formato de visualização de alguns conteúdos hoje dito interativos muito se parecem com os esquemas adotados na web. Assim, não há como desconsiderar a necessidade de reflexão em torno dessas características de experiência de consumo televisivo no âmbito da convergência entre televisão e web.

Discutindo o futuro da televisão nesse cenário digital, Cannito (2010, p. 17 - 22) cita, e tenta desconstruir, cinco mitos sobre o meio de comunicação com relação às tecnologias digitais de comunicação: 1) O desaparecimento da televisão em função de mídias como os games e a Internet; 2) O fim da narrativa; 3) A busca pela interatividade por parte do espectador; 4) A individualização/customização da televisão; e 5) A realização da televisão por qualquer indivíduo.

Em relação ao primeiro mito, Canitto (2010, p. 17) afirma que “mais do que 'concorrer' entre si, as diferentes mídias se retroalimentam”, e que ficar especulando sobre qual mídia predominará sobre a outra trata-se de um debate falso. Jenkins (2008) também concorda com essa tese, dizendo que os meios de comunicação nunca morrem, mas na verdade, o que acaba se extinguindo são as ferramentas utilizadas para que se tenha acesso aos conteúdos midiáticos de diferentes meios.

A convergência entre as mídias é o argumento de Canitto (2010, p. 17) para demonstrar que a televisão não é substituída por outras mídias, como a Internet e os games, como ele cita. O autor considera esse tipo de debate como um debate analógico, ao contrário do debate digital, que ele considera convergente. Ele faz questão de afirmar que “esse papo de que a TV vai 'perder' para a internet é teórico. Na prática, tudo vai confluir”, e aqui adota-se o mesmo posicionamento sobre a relação entre a televisão e a web.

Assim que, Canitto (2010) diz que tal batalha não será vencida por alguma das mídias em si, mas pelos produtores de conteúdos que tenham a habilidade para elaborar conteúdos que circulem por diferentes mídias simultaneamente; e por diversas mídias o autor não compreende apenas as mídias digitais, mas todas as mídias, desde o teatro e os livros até

intervenções públicas, camisetas e *outdoors*, passando, é claro, pelas mídias tradicionais como jornais, televisão, revistas, rádio e outros, além das mídias originalmente digitais.

Não há como decretar aqui a morte de um meio de comunicação em função de outro, mas sim tecer algumas considerações sobre o que já vem acontecendo e que pode servir como indicação do que futuramente poderá ocorrer com a televisão. Sendo esta uma mídia que já sofreu a influência de outras como, por exemplo, o rádio e, como já foi dito aqui, sofre hoje algumas influências oriundas do meio online, não se pode afirmar que a televisão permanecerá do mesmo jeito. Mudanças certamente ocorrerão, são inevitáveis e pensar na extinção da televisão como dispositivo não é algo totalmente absurdo. A proliferação de aparelhos tecnológicos que poderiam, alguns já podem, suportar conteúdos televisivos é cada vez mais crescente, de forma que, pelo fato de o conteúdo televisivo migrar de suportes, só isso já é um motivo para alterações na maneiras de se fazer televisão, no seu conteúdo e em sua linguagem.

Sobre o segundo mito, de que a narrativa televisiva estaria em crise e morrendo em função da interatividade proporcionada pelas mídias digitais, Canitto (2010) acredita que tal crise não se efetiva. Para ele, as mídias digitais não acabam com a narrativa televisiva, mas sim a recriam e ele justifica seu posicionamento citando a crescente audiência internacional das séries americanas. Para ele, as novelas brasileiras têm perdido audiência entre o público jovem em função da decadência do formato e não pela narrativa em si, a qual se observa bastante explorada nas séries americanas.

Nunca antes na história as séries de televisão foram tão narrativas. Enquanto as séries de televisão do período analógico eram fragmentadas e baseadas em episódios independentes, as atuais têm cada vez mais links entre os episódios. Esse fenômeno ocorreu porque a tecnologia digital trouxe uma novidade importante: a facilidade do acesso (CANITTO, 2010, P. 18).

A diversidade de possibilidades que hoje existe para se assistir a um conteúdo televisivo, ou seja, não apenas na televisão no horário em que ele é transmitido, mas através do *download* pela web, pela visualização em sites que disponibilizam o conteúdo ou através de listas que enviam os arquivos, por exemplo, demonstra como o acesso vem se modificando em função das mídias digitais. A narrativa ainda permanece viva dentro desses diferentes conteúdos midiáticos, porém as maneiras de se buscar e consumir esses conteúdos é que vêm se alterando pelo uso das mídias digitais.

Mas, ainda que viva, a narrativa não deixa de sofrer reconfigurações diante das mídias digitais, quando histórias antes contadas através de um único meio de comunicação, se perfazem em diferentes meios, através de diferentes formatos, podendo ser visualizadas em diferentes suportes. É o caso da narrativa transmidiática.

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões (JENKINS, 2008, P. 135).

Jenkins (2008) explica que, em uma narrativa transmidiática, o acesso a cada produto deve ser autônomo, de forma que não se precise ler um livro para se entender um filme, por exemplo. O consumo é motivado, diz o autor, pela profundidade de experiência que se sustenta pela compreensão que se tem de uma história através de diversas mídias. Não é o caso de um meio repetir o conteúdo do outro, mas sim de explorar a narrativa que, por ser tão ampla não cabe em apenas uma mídia. A redundância, afirma o autor, tira o interesse do fã e é capaz de provocar o fracasso de toda a narrativa.

Mas, circular por diferentes suportes e ser disponibilizado em diferentes mídias não faz com que um produto midiático possua uma narrativa transmidiática. O fato é que nos casos de *Matrix* e *Lost*<sup>36</sup> a distribuição de conteúdo através de diversos formatos serve para ilustrar as múltiplas vias pelas quais um conteúdo pode transitar atualmente. Esse trânsito induz à reflexão sobre fatores concernentes aos processos de produção, circulação e recepção de conteúdo, que envolvem os níveis técnico, social e cultural, ao lidarem com dispositivos, contextos e indivíduos diversos. Trata-se de reconfigurações que potencialmente se apresentam através dessa diversidade de trânsito através de mídias e suportes que acarretam mudanças que provocam a necessidade de se

---

<sup>36</sup> *Matrix* e *Lost* são hoje citados como exemplos de narrativas transmidiáticas. O primeiro, uma produção cinematográfica dos irmãos Wachowski não se resume apenas a trilogia de filmes, mas vai além com *Animatrix*, uma série de nove animações que contam o que se passa entre o primeiro e o segundo filmes da trilogia, histórias em quadrinhos, lançadas apenas nos Estados Unidos e o jogo *Enter the Matrix*, que completa a história de *Matrix Reloaded*, o segundo filme da trilogia. Já *Lost*, foi uma série estadunidense explorado não só através dos episódios veiculados na televisão, mas muito através da web, do jogo de realidade alternativa *Lost Experience*, e de outros produtos baseados na série. *Lost* foi uma das primeiras séries a ser disponibilizada na loja virtual iTunes, da Apple, para que pudesse ser reproduzida em iPods ou dentro do próprio software iTunes. Várias emissoras americanas também disponibilizaram episódios da série em seus sites, o que demonstra alterações não só na maneira como os telespectadores puderam experimentar para visualizar o conteúdo, mas também nas formas de acesso. A convergência, nesse sentido, se deu com diferentes suportes e sistemas operacionais, já que a série também foi disponibilizada para *download* no serviço Xbox Live, da Microsoft. Além disso, episódios para o celular foram disponibilizados para assinantes do sistema V-Cast, da Verizon Wireless, com conteúdo não abordado nos episódios transmitidos na televisão. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/LOST> Acesso em: 29/09/11.

problematizar práticas existentes para que sejam renovadas, e até mesmo substituídas, por outras que atendam às demandas atuais, características do atual cenário marcado pela convergência.

Em relação à interatividade, o terceiro mito apontado por Canitto (2010) é o de que qualquer espectador está interessado em interagir e não mais se contenta em ser apenas um espectador passivo, que consome o conteúdo midiático no momento em que o assiste e que tal consumo para por aí. Sem desprezar o fato de que futuramente a televisão será interativa, o autor ressalta que a interatividade não pode ser tomada como um atestado, um critério de qualidade. Não se pode, segundo ele, considerar tal característica como algo intrinsecamente bom no caso da televisão; ela não pode ser tida como sinônimo de qualidade, de modo que há programas que não são interativos e que nem por isso deixam de ter qualidade.

Outra consideração que pode ser feita a respeito da interatividade, mas que não aparece no texto de Canitto (2010) está no fato de que nem todos os espectadores querem interagir com o conteúdo e/ou com outros espectadores e/ou com os produtores dos conteúdos midiáticos. Muitas vezes as possibilidades de interatividade são disponibilizadas aos indivíduos, porém esses não querem fazer nada mais além de receber a mensagem. Dessa forma, generalizar a busca pela interatividade não é a melhor maneira de abordar a necessidade de alterações no cenário televisivo. É fato que, futuramente, a televisão será bem mais interativa do que hoje, mas isso não quer dizer que todo o seu público fará uso de tais potencialidades interativas.

O quarto mito apontado por Canitto (2010) refere-se às características de customização e individualização do conteúdo televisivo através das possibilidades de consumo livres de horários pré-definidos e grades programação. No entanto, o autor desconstrói esse mito questionando como os indivíduos conversarão entre si sobre conteúdos televisivos se cada um consumir uma programação totalmente individualizada. Na verdade, segundo o autor, o que ocorre hoje não é um consumo individualizado, customizado do conteúdo televisivo, mas um consumo baseado em práticas de interligação em rede. Assim, o que ocorre é, segundo Canitto (2010, p. 20, 21) a construção de novas comunidades em torno de determinados conteúdos. A partir dessa verificação, ele considera que “o foco deve ser a segmentação das comunidades que constituem o público, não a individualização e a customização dos conteúdos de televisão”.

A segmentação de conteúdo passou a existir quando da criação da televisão a cabo, por isso não se trata de novidade, nem mesmo de consequência da adoção de tecnologias digitais. O

consumo individualizado foi sim potencializado pela oferta cada vez mais diversificada de conteúdo através de várias opções de canais. No entanto, essa fragmentação do consumo não impossibilitou a aproximação de indivíduos que consomem os mesmos conteúdos e com a vinda das tecnologias digitais os suportes de consumo aumentaram, bem como os espaços de conversação sobre os conteúdos televisivos. Esse consumo baseado em práticas de interligação em rede, mencionado por Cannito (2010) cresce cada vez mais, primeiro pelo fato de os conteúdos midiáticos circularem por diferentes suportes e espaços midiáticos, e segundo porque os próprios consumidores desses conteúdos circulam por esses espaços comentando esses conteúdos e produzindo em cima desses.

Por fim, o último mito mencionado por Canitto (2010) é aquele que afirma que todos os indivíduos serão realizadores de televisão, com base no pressuposto de que o conteúdo televisivo poderá ser feito por todos, por qualquer indivíduo, seja ele um efetivo produtor de conteúdos televisivos, seja ele um espectador, amador.

Um dos pontos dos quais parte este mito, afirma o autor, é o de que qualquer pessoa é capaz de produzir conteúdo televisivo e, nesse sentido, Canitto (2010) questiona a qualidade de tais conteúdos. Já o segundo ponto, e que aqui se aproxima daquele em que foi abordado quando se falou em interatividade – todos querem mesmo interagir? - é o de que todos os indivíduos, supostamente, querem produzir conteúdo televisivo. Obviamente, não se pode generalizar esse tipo de afirmação, dado o fato de que assim como nem todos querem interagir, nem todos estão dispostos a produzir conteúdo televisivo.

A partir dessa desconstrução de mitos que envolvem a televisão diante do cenário atual marcado pelas mídias digitais, Canitto (2010) oferece um panorama que atesta a necessidade de se pensar em termos sociais e culturais ao abordar a ideia de convergência midiática. A televisão não irá morrer em função da Internet, da web e das tecnologias digitais de comunicação, como se pode perceber através desses mitos expostos pelo autor. A convergência é, nesse sentido, uma consequência das alterações pelas quais as mídias já existentes e os indivíduos enfrentam em função da vinda de novas mídias e aparatos tecnológicos baseados na digitalização. Trata-se, dessa forma, de alterações técnicas marcadas pelas apropriações e usos sociais e culturais realizados por produtores e consumidores de conteúdos midiáticos, assim como a ocorrência do inverso, alterações sociais e culturais decorrentes de implementações técnicas.

Cada suporte hoje apresenta suas funcionalidades e peculiaridades técnicas que permitem cada vez mais a aproximação entre os produtores e os públicos. A intensificação dessa aproximação mexe com níveis de interatividade e participação que se tornam elementos cruciais na formação de um conceito de convergência regido pelo comportamento de produtores e consumidores de conteúdo que comandam o fluxo midiático atual através das relações que estabelecem pelo uso de diferentes mídias, ferramentas, plataformas, instrumentos e canais de comunicação. No entanto, o conceito de convergência vai além dessas potencialidades técnicas, de modo que, a partir do próximo capítulo, esse estudo segue o movimento teórico-epistemológico na tarefa de elaborar uma crítica a abrangência do conceito, levantando e discutindo autores que apresentam definições sobre o mesmo.



## 2. CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA: PENSANDO E REPENSANDO O CONCEITO

*In the past the limitations of the technology controlled  
the use; now the use controls the technology.  
Pool (1983, p. 31)*

Estruturado em três subseções, esse capítulo trata sobre o tema da convergência midiática, partindo de um resgate das origens do conceito que inicia pela busca do significado do termo em dicionários geral e específico do campo da comunicação, para logo deter-se em autores pioneiros no estudo do tema na área. Em seguida, trabalha-se com questões de conexão, interatividade e participação e materialidade como elementos norteadores do fenômeno a partir da incidência da digitalização no âmbito da comunicação. Por fim, o capítulo tensiona o conceito de convergência através de uma discussão teórica entre diversos autores que debatem o tema sob diferentes aspectos e enfoques. A partir dessa estrutura, apresenta-se uma ilustração da genealogia que o capítulo constrói através dos três sub itens, de modo a expor visualmente a organização do capítulo e do caminho estabelecido na trajetória de pesquisa sobre o conceito de convergência midiática.

### 2.1. As origens do conceito

Um levantamento sobre o significado do termo *convergência*<sup>37</sup> em dicionários gerais aponta resultados como “ato ou efeito de convergir”, “direção comum para o mesmo ponto”; sendo que *convergir*<sup>38</sup> significa “dirigir-se, tender para um ponto comum”, ou então “concorrer, afluir ao mesmo lugar”. Em dicionário de comunicação (SANTOS 2009, P. 79), o termo significa a “aproximação dos setores de produção de conteúdo comunicacional (televisão, cinema, rádio), distribuição (telecomunicações) e tecnologias da informação, permitindo que textos, sons e imagens possam ser transmitidos, manipulados e armazenados em diversos sistemas integrados”.

<sup>37</sup> Fonte: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=converg%EAncia> Acesso em 25/01/10.

<sup>38</sup> Fonte: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=convergir> Acesso em: 25/01/10.

Santos (2009) explica que o uso das expressões “convergência das comunicações”, “convergência mediática” e “convergência tecnológica” teve início no fim dos anos 70, para se referir a aproximação que tinha início entre os setores da computação, das telecomunicações e também da indústria da radiodifusão. A partir dos anos 90, segundo a autora, com a ocorrência do processo de digitalização dos conteúdos o uso do termo convergência passou a se dar para se referir a aproximação entre os setores da comunicação de massa, das telecomunicações e da informática. Niström (2007, online) afirma que é comum o uso do termo para fazer referência a alterações de termos não somente de tecnologia, mas também de serviços, estruturas industriais e políticas governamentais relacionadas com a indústria de telecomunicações.

Nesse sentido, o *Green Paper on Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation*<sup>39</sup>, elaborado pela Comissão Europeia, em 1997, define a convergência como “not just about technology. It is about services and about new ways of doing business and of interacting with society.”<sup>40</sup> O relatório se baseia no desenvolvimento das telecomunicações, das mídias e das tecnologias de informação e assim considera a convergência como “the ability of different network platforms to carry essentially similar kinds of services or the coming together of consumer devices such as the telephone, television and personal computer”<sup>41</sup>.

O termo convergência se desdobra em diferentes estágios, podendo referir-se a redes e plataformas; alianças e fusões industriais; serviços e mercados, política e regulação (NISTRÖM, 2007, ONLINE) e assim, dependendo da abordagem pela qual é analisado, sua definição varia de acordo com o viés sob o qual o fenômeno é observado.

Nos estudos sobre convergência no âmbito da comunicação, Henry Jenkins tem sido o autor de referência em diversos trabalhos acadêmicos, ainda que não tenha sido o primeiro a falar sobre o assunto na área. Sua obra mais conhecida no Brasil, *Cultura da Convergência*

---

<sup>39</sup> Disponível em: [http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/legal/com/greenp\\_97\\_623\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/legal/com/greenp_97_623_en.pdf). O relatório apresenta como objetivos melhorar a compreensão e incentivar a discussão sobre o desenvolvimento do fenômeno da convergência no âmbito das telecomunicações, da mídia, das tecnologias de informação, visando proporcionar uma abordagem ordenada para a Sociedade da Informação.

<sup>40</sup> Tradução da autora: não só sobre tecnologia. Trata-se de serviços e novas maneiras de fazer negócios e de interagir com a sociedade.

<sup>41</sup> Tradução da autora: a capacidade de diferentes plataformas de rede de transportar essencialmente os mesmos tipos de serviços ou a junção de dispositivos de consumo, tais como o telefone, televisão e o computador pessoal.

(2008)<sup>42</sup>, também não foi o primeiro trabalho na comunicação a tratar sobre o tema, por mais que essa obra venha recebendo destaque, tanto na imprensa quanto na academia a partir de 2007. Desde o início dos anos 90, Jenkins já apresentava estudos sobre as relações entre diferentes meios de comunicação e seus produtos midiáticos<sup>43</sup>, mas é Negroponte (APUD BRAND 1987) que, em 1978, tece as primeiras considerações sobre o fenômeno da convergência e o seu impacto em diferentes indústrias.

Arquiteto americano, Negroponte é mais conhecido como o fundador e presidente emérito do *Media Lab* do MIT – *Massachusetts Institute of Technology*. Também foi o fundador da OLPC – *One Laptop per Child* e o primeiro investidor da *Wire*<sup>44</sup>, uma das mais reconhecidas revistas sobre tecnologia. Seu esquema sobre a ideia de convergência não mencionava as telecomunicações e se estruturava na sobreposição de três círculos: tecnologias de impressão, de computação e de radiodifusão. Ainda que não mencionasse as telecomunicações, seu trabalho é geralmente citado como a referência inicial sobre a origem do conceito de convergência como exemplo do rápido e crescente desenvolvimento da integração entre as três áreas.

Em 1995, Negroponte (1995) publica *Being digital*, traduzido para o português no mesmo ano, traçando o panorama digital da época e ditando diversas previsões acerca de um futuro marcado pela digitalização, tudo isso a partir da diferenciação entre átomos e bits. Ainda que Negroponte (1995) não utilize o termo convergência em sua obra, o autor fala em *multimídia*, tratando o conceito de uma forma bem próxima da qual alguns autores abordarão o processo de convergência alguns anos depois.

Naquela época, Negroponte (1995, p. 23) dizia que “os bits misturam-se sem qualquer esforço”, mesclando-se e podendo ser usados e reutilizados tanto em conjunto quanto em separado. “A mistura de áudio, vídeo e dados é chamada de *multimídia*; soa complicado, mas a palavra não quer dizer nada além de bits misturados”. Como se poderá observar no decorrer desse capítulo, alguns autores possuem um enfoque sobre o conceito de convergência muito

---

<sup>42</sup> A obra original, **Convergence Culture: where old and new media collide**, foi publicada pela NYU Press em 2006 e traduzida para o português em 2008. As consultas realizadas para essa pesquisa foram feitas na edição em português.

<sup>43</sup> Em 1992 o autor publicou trabalhos sobre a cultura participativa, como, por exemplo, JENKINS, Henry (1992). **Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication**. New York: Routledge.

<sup>44</sup> <http://wired.com>

próximo dessa ideia de multimídia proposta por Negroponte (1995), se não absolutamente semelhante. Mas o autor vai além, afirmando que multimídia “significa tanto um conteúdo novo quanto maneiras diferentes de encarar conteúdos antigos. Significa veículos intrinsecamente interativos, algo que se tornou possível graças à língua franca digital dos bits” (NEGROPONTE, 1995, P. 65). Essa interatividade que ele aponta, fica, no entanto, limitada à atividade dos indivíduos com o conteúdo multimídia, o que restringe o entendimento da ideia de convergência a possibilidades técnicas de interação, sem levar em consideração potencialidades do meio digital que permitiriam interações de nível social entre os indivíduos usuários desses conteúdos multimídia, propiciando também transformações de caráter cultural.

Outro autor que também é referenciado como precursor do conceito de convergência é Ithiel de Sola Pool. Nascido em Nova York, Pool estudou na Universidade de Chicago, passou por Stanford e depois ingressou no MIT. Foi um cientista político que se destacou no campo da comunicação social e política, e como pesquisador se dedicou ao estudo de elites políticas, processos de comunicação da sociedade e a transmissão de valores políticos através do tempo e do espaço. Ficou no MIT por mais de 30 anos, realizando pesquisas sobre os efeitos das tecnologias de comunicação nas políticas globais.

Em 1983, Pool publica *Technologies of Freedom*, no qual apresenta o conceito de *convergência de modos*. Com base na premissa de que o computador, o telefone, o rádio e o satélite são tecnologias de liberdade, tanto quanto foi a imprensa impressa, nessa obra ele faz uma análise, nos dois séculos anteriores, sobre a interação entre as mudanças sofridas pelas tecnologias de comunicação e a prática da liberdade de expressão, identificando um padrão que ele chama de “determinismo tecnológico macio”. De acordo com Pool (1983, p. 5), nesse padrão, a liberdade “is fostered when the means of communication are dispersed, decentralized, and easily available, as are printing presses or microcomputers”<sup>45</sup>.

A chave da mudança tecnológica, segundo o autor, que estaria na raiz das mudanças sociais, é que a comunicação, naquela época, estaria transformando-se, em grande parte, em eletrônica e não apenas pelo fato de que a comunicação eletrônica estava crescendo mais rápido do que os meios tradicionais de publicação, mas porque a convergência de modos de entrega estava

---

<sup>45</sup> Tradução da autora: é estimulada quando os meios de comunicação estão dispersos, descentralizados e facilmente disponíveis, como são prensas de impressão ou os microcomputadores.

trazendo a imprensa, as revistas, os jornais e os livros para o mundo eletrônico, de modo que um avanço no campo das tecnologias de comunicação estava causando distúrbios no *status quo*.

A process called the "convergence of modes" is blurring the lines between media, even between point-to-point communications, such as the post, telephone, and telegraph, and mass communications, such as the press, radio, and television. A single physical means - be it wires, cables, or airwaves - may carry services that in the past were provided in separate ways. Conversely, a service that was provided in the past by anyone medium - be it broadcasting, the press, or telephony - can now be provided in several different physical ways. So the one-to-one relationship that used to exist between a medium and its use is eroding. That is what is meant by the convergence of modes (POOL, 1983, p. 23).<sup>46</sup>

Sobre a convergência de modos, Pool (1983) destaca que as redes de telefone, que originalmente foram criadas para a conversação de um para um, passaram a permitir a transmissão de dados através de computadores, além de distribuírem material impresso através de máquinas de fax e mensagens gravadas sobre diversos assuntos. A ênfase, nesse sentido, recai sobre a possibilidade que surgia na época de uma informação circular por diferentes meios e suportes, e de poder ser armazenada e recuperada de forma eletrônica.

Outro aspecto desse conceito de convergência de modos apresentado por Pool (1983) estava ligado ao processo econômico de propriedade cruzada, que se refere ao crescimento, já naquela época e hoje ainda contínuo, do número de conglomerados que possuem participação em muitas empresas, de modo que produtos midiáticos como jornais, revistas e livros da época faziam parte de empresas que operavam em outros campos. A preocupação de Pool (1983) aparece porque convergência e propriedade cruzada, ele afirma, borram os limites entre editoras no âmbito da impressão, protegidas pela Primeira Emenda e companhias cujos negócios são regulados pelo governo. A partir do momento em que uma mesma companhia pode operar em ambos os campos, a questão da regulação passa a ser o centro da preocupação de Pool (1983).

Percebe-se que o entendimento de Pool (1983) acerca do fenômeno, a partir de seu conceito de convergência de modos, fundamenta-se na ideia de circulação de conteúdos por diferentes suportes a partir das possibilidades surgidas com as tecnologias eletrônicas. Ainda

---

<sup>46</sup> Tradução da autora: Um processo chamado de "convergência de modos" está borrando as linhas entre as mídias, até entre comunicações ponto-a-ponto, tais como o correio, telefone e telégrafo, e a comunicação de massa, como a imprensa, rádio e a televisão. Um único meio físico – seja esse meio fios, cabos ou ondas- pode transportar serviços que no passado foram fornecidos de forma separada. Por outro lado, um serviço que foi fornecido no passado por qualquer meio – seja por radiodifusão, imprensa, ou telefonia - agora pode ser fornecido em diferentes formas físicas. Assim, o relacionamento um-para-um que costumava existir entre um meio e seu uso está se desgastando. Isso é o que se entende por convergência de modos.

que o autor mencione alterações nos relacionamentos estabelecidos através dos meios, a ênfase dada permanece nas funcionalidades oriundas do desenvolvimento tecnológico.

No século XXI, o conceito de Pool (1983) é recuperado por Jenkins (2008), que faz um resgate das principais considerações do autor no intuito de embasar o seu entendimento sobre convergência. Nascido em Atlanta, na Geórgia, Jenkins graduou-se em Ciência Política e Jornalismo, na *Georgia State University*. Possui mestrado em Estudos de Comunicação pela *University of Iowa* e doutorado em Comunicação das Artes pela *University of Wisconsin-Madison*. Foi diretor do *MIT Comparative Media Studies Program*, antes de ser realocado para a *University of Southern California*, em julho de 2009, onde é atualmente professor reitor de Comunicação, Jornalismo e Artes Cinematográficas. Enquanto esteve no MIT, Jenkins foi um dos principais pesquisadores do *The Education Arcade*, um consórcio de educadores e empresários que trabalham promovendo o uso educacional de computadores e videogames. Dessa época até hoje, permanece envolvido com o *Convergence Culture Consortium*, uma rede de professores que busca estabelecer pontes entre a academia e a indústria de mídia para ajudar na reflexão sobre as relações de consumo na era da cultura participativa. Seus trabalhos na USC giram em torno de projetos focados em jovens, cultura participativa e engajamento público<sup>47</sup>.

Em *Cultura da Convergência*, Jenkins (2008) logo de início recorre a Pool (1993) para embasar o seu entendimento sobre o processo de convergência. Ele explica que o autor percebe que, no final dos anos 70, a produção de jornais, revistas e livros por uma determinada empresa não ia além disso, ou seja, não promovia o envolvimento os próprios veículos de comunicação de uma única empresa. Paralelo a essa percepção, Jenkins (2008) também relata que Pool se focava na questão da regulação de cada meio de comunicação por um regime específico, de acordo com o seu caráter – centralizado ou descentralizado, escasso ou abundante, de propriedade governamental ou privada -, de acordo com funções específicas e mercados próprios. Não havendo então nenhuma interligação e/ou envolvimento entre os meios de comunicação, Jenkins (2008) acredita que Pool tinha essa perspectiva pois pensava que essas diferenças existiam em função de decisões políticas e porque eram mantidas menos por uma característica essencial das tecnologias do que por hábito. No entanto, ele acabou percebendo que determinadas tecnologias de comunicação, mais do que outras, suportavam níveis de participação e também uma diversidade, maiores do que outras. A descentralização dos meios

---

<sup>47</sup> Fonte: <http://henryjenkins.org/aboutme.html> Acesso: 12/12/11.

de comunicação, segundo Pool, incentivava a liberdade, ou seja, quanto menos concentrados e mantidos sob monopólio e níveis de escassez, maior era o exercício de um controle central.

Ainda seguindo a argumentação de Pool (1993), Jenkins (2008) explica que várias forças contribuíram para eliminar as fronteiras entre os diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas, diz ele, possibilitaram o fluxo de um mesmo conteúdo por diferentes canais, assumindo formas diferentes nos pontos de recepção. O estado atual de convergência partiu dessas primeiras confluências entre meios diversos; confluências que tiveram seu início em experimentações que transpuseram práticas de produção e recepção, alterando não só formas de linguagem, mas também esquemas burocráticos, no sentido de propor novas estruturas de organização dos meios dentro de uma única empresa, por exemplo.

Dessa forma, o conceito que Jenkins (2008) constrói sobre convergência é fortemente marcado pelas argumentações de Pool (1993):

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2008, p. 27).

O conceito é estruturado em três frentes: o fluxo dos conteúdos, a cooperação entre os mercados midiáticos e o comportamento dos públicos. A fragmentação esclarece os diferentes componentes de um processo que não decorre apenas da mistura de suportes ou da possibilidade de comunicação desprovida das limitações de tempo e espaço, possibilitada pela Internet. Esse desdobramento permite que, de acordo com Jenkins (2008), a convergência midiática possa ser analisada sob o ponto de vista dos fluxos de conteúdo, dos mercados midiáticos e do público que consome os conteúdos midiáticos.

Ao invés de uma convergência de mídias apenas de caráter técnico, Jenkins (2008) busca avançar sobre o conceito de Pool (1993) e destacar as alterações que ocorrem na produção, na circulação e no consumo de conteúdos veiculados pelos meios de comunicação de forma a dar uma ênfase maior ao papel tanto do produtor quanto do receptor dos conteúdos midiáticos. Essas alterações, segundo o autor, ocorrem em ambos os lados, no momento em que empresas midiáticas aceleram o fluxo de conteúdos através de diversos canais de distribuição, tendo em vista o aumento dos lucros, a ampliação dos mercados e a consolidação do

compromisso com suas audiências; e também, quando os consumidores aprendem a lidar com diferentes tecnologias para controlar de maneira mais completa o fluxo midiático e ao mesmo tempo interagir com outros consumidores.

Com o desenvolvimento das tecnologias digitais de comunicação, hoje se percebe a potencialização desse movimento de convergência e, conseqüentemente, reações que geram entendimentos muitas vezes equivocados sobre o fenômeno, sendo o principal deles, objeto da crítica feita por essa tese, o de que o conceito seria esgotado com base em seu elemento tecnológico, ou suficientemente compreensível apenas a partir do nível técnico. Além disso, um outro apontamento frequentemente realizado em textos acadêmicos, e também em conteúdos veiculados na imprensa a respeito do tema da convergência, é o de que determinados meios de comunicação serão substituídos por outros. Assim, diversos são os entendimentos sobre a convergência, de modo que para elaborar uma compreensão suficientemente consistente para atingir os objetivos desse trabalho é necessário ir além das origens do conceito, explorando o referencial teórico que se desdobra a partir desses autores e analisa diferentes vertentes do fenômeno.

Dito isto, o propósito do primeiro sub-item desse capítulo foi expor as origens do conceito de convergência, apresentando as dimensões que o compõem e como cada uma se relaciona com a outra, com o objetivo de demonstrar que o conceito não se limita ao seu fator tecnológico de conversão do analógico ao digital, mas que vai além desse nível técnico. Através do resgate estabelecido visualiza-se a diversidade de nuances que compõem o conceito de forma que as relações entre os níveis técnico, social e cultural mostram-se interdependentes em vários momentos. As origens do conceito de convergência com base em Negroponte, Pool e Jenkins dão conta da classificação em níveis através das quais essa tese se propõe discutir o conceito entre televisão e web: técnico, social e cultural. Ao formarem a base da discussão teórica sobre o tema no campo da Comunicação, os três conceitos sobre convergência aqui apresentados de uma forma ou de outra entram em um, ou todos, os níveis. Negroponte (*APUD BRAND 1987*) foca-se no impacto do aspecto técnico da convergência, buscando entender a influência do fenômeno em diferentes indústrias ao pensar a sobreposição dos três círculos - tecnologias de impressão, de computação e de radiodifusão. O conceito de Pool (1983) também prioriza o caráter técnico do conceito, mas não deixa de perceber questões sociais e culturais em função das alterações decorrentes das funcionalidades das tecnologias eletrônicas e posteriormente das potencialidades oferecidas pelos processos de digitalização. Por fim, Jenkins (2008) com amplo



apoio nos preceitos de Pool (1993), tenta explorar os níveis sociais e culturais da ideia de convergência, porém sem desconsiderar as questões técnicas que envolvem o assunto.

Grande parte da discussão teórica sobre convergência no campo da Comunicação é construída com base nos conceitos desses autores, de modo que os estudos sobre o tema apresentam diferentes abordagens que visam observar e analisar as causas, as consequências e o impacto das interligações entre os meios de comunicação, as tecnologias digitais e os relacionamentos entre os indivíduos através dos processos comunicacionais estabelecidos em contexto de convergência. A partir dessas origens é possível abordar os princípios que norteiam o conceito.

## **2.2. Desenvolvimento conceitual: princípios norteadores da convergência**

Este sub-item parte de uma contextualização do desenvolvimento da Internet e da reconfiguração sofrida pela sociedade em função dos processos de digitalização, avançando na recuperação bibliográfica, buscando enfatizar o impacto desse desenvolvimento da Internet e das tecnologias digitais de comunicação no conceito de convergência, visando mostrar o entrelaçamento entre os três níveis – técnico, social e cultural - através da exploração das ideias de conexão, interatividade e participação e materialidade como norteadoras do conceito.

### **2.2.1. Conexão**

De 1998 até 2001, Castells (2003) caracteriza como um período de experimentações e inovação em termos de mídia, lembrando como os meios de massa começaram a se interligar com a Internet. É no final do século XX, segundo o autor, que a união de três processos interdependentes inauguraram uma estrutura social nova, cujas bases se estabeleciam, principalmente, em redes:

...as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações possibilitadas pela revolução microeletrônica (CASTELLS, 2003, p. 8)

Foi a partir dessas condições que a Internet, segundo Castells (2004), impulsionou a configuração do que ele chama de *sociedade em rede*. Como o autor explica, no início dos anos

2000, o uso da Internet para comunicação e organização cresceu muito e a influência de redes baseadas na Internet não se referia apenas ao número de usuários, mas à qualidade de uso, pois através da Internet passaram a se efetivar diversas atividades econômicas, sociais, políticas e culturais que são essenciais aos indivíduos. Dessa forma, Castells (2004, p. 8) destaca a importância das redes de forma que “ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura”.

A atual proliferação de novos dispositivos e ferramentas de comunicação digital, além de facilitar a condução de tarefas diárias no âmbito profissional, motiva também o desenvolvimento de práticas sociais e culturais, implicando reconfigurações de padrões de comportamento em sociedade. Essas reconfigurações exigem não só que os indivíduos acompanhem esse processo de evolução, como também pressupõem a reflexão sobre as causas e as consequências de transformações técnicas, sociais e culturais. Os conceitos de sociedade em rede e de convergência midiática se aproximam, pois ambos são marcados pela interligação propiciada pelo aspecto social que os envolve, na medida em que os indivíduos estabelecem relações sociais e trocas informacionais através das tecnologias de comunicação e informação.

Castells (2004) vai chamar a cultura atual de “cultura da era da informação”, que, de acordo com Cardoso (2007), se trata de uma cultura da “virtualidade real”, pois originou um sistema de comunicação simbólica novo associado à concretização de um contexto responsável pela alteração de relações de produção e consumo que originaram culturas e identidades coletivas (CASTELLS, 2004). No entanto, Cardoso (2007) faz o alerta de que essa atual “cultura da era da informação” ainda é gerada por indústrias culturais, bem como por seus processos de produção e inovação. A diferença hoje, do ponto de vista histórico, é que essa cultura é atualmente marcada pelo aumento de poder exercido por consumidores, de acordo com suas necessidades culturais, sobre as indústrias culturais. A origem desse poder, afirma Cardoso (2007), se encontra no aumento das possibilidades de interação principalmente pelo uso da Internet, bem como câmeras digitais e celulares, que geram capital simbólico que permite a esses indivíduos a influência sobre as indústrias de produção cultural e à própria sociedade como um todo. Porém, o autor destaca que o estudo dessas tecnologias nem sempre foi objeto da comunicação.

Cardoso (2007, p. 37) lembra que “enquanto os computadores eram 'ilhas não-comunicantes entre si', estiveram afastados dos objetivos da ciência da comunicação.” Dessa

forma, diante da evolução dessas tecnologias e dos usos e apropriações que delas foram efetuados pelos indivíduos, percebe-se a importância que a ideia de conectar computadores em rede<sup>48</sup> teve para o desenvolvimento de tais tecnologias e o impacto das mesmas nas sociedades para que então passassem a ser consideradas como objetos de estudo do campo da comunicação e hoje de forte relevância para a concretização do fenômeno da convergência.

É importante lembrar a origem dessa ideia de conexão para destacar que mesmo antes da própria criação da Internet, cientistas e pesquisadores da computação já trabalhavam com objetivos de conectar computadores em rede. Além disso, recuperar fragmentos desta história é importante para pensar o conceito de convergência, já que, como se pode observar nas origens do mesmo, a referência ao uso dos computadores é feita desde as primeiras menções ao termo.

A Internet não foi criada sob o objetivo de construção de uma rede mundial de comunicação através de computadores – e hoje através de outros dispositivos –, porém, o seu potencial de comunicação acabou saindo das esferas acadêmicas e militares e se popularizando até alcançar as proporções atuais. Nesse sentido, uma de suas características que se sobressai é conexão, o poder de interligação que o meio proporciona não somente ao conteúdo disponibilizado na Rede, mas também aos indivíduos conectados, de forma que permite o estabelecimento de relações sociais em torno dos conteúdos informacionais que nele circulam.

Além das relações sociais, também decorrem usos e apropriações realizados com a Internet e com as tecnologias digitais de comunicação e informação que, de acordo com Castells (2002), no final da década de 90 e o início dos anos 2000, são práticas que caracterizam um tempo de experimentações e inovações em termos de mídia. Para Cardoso (2007, p. 24), esse período reflete a maneira como os meios de massa – televisão, rádio e

---

<sup>48</sup> Enquanto que no início dos anos 60 a preocupação dos pesquisadores da ARPA – *Advanced Research Projects Agency* – girava em torno da questão da segurança das comunicações na hipótese de um ataque nuclear, durante a Guerra Fria, Joseph Carl Robnett Licklider, do MIT – *Massachusetts Institute of Technology* – escrevia uma série de memorandos nos quais discutia o conceito de *Rede Galáxica*. Licklider previa a interconexão global de vários computadores permitindo que seus usuários pudessem acessar rapidamente dados e programas de qualquer lugar e, assim, surgiam os primeiros registros de interações sociais através de redes de computadores. Foi em outubro de 1962 que Licklider se tornou o primeiro gerente do programa de pesquisa de computador do DARPA – *Defense Advanced Research Projects Agency* –, e durante seu período no cargo convenceu seus sucessores Ivan Sutherland, Bob Taylor e Lawrence G. Roberts da importância das redes de computadores. Tendo dado início a seus trabalhos para a criação de um conceito de redes de computadores no DARPA em fins de 1966, Roberts publica em 1967 o seu plano para a ARPANET e, assim, os pesquisadores da ARPA começam então a vislumbrar as soluções para os seus problemas de segurança nas trocas de informações. A partir daí, já se conhece o final da história.

jornais – fizeram uso e se apropriaram da Internet mostrando “a interligação em rede estabelecida entre empresários, profissionais especializados como os jornalistas, sistemas financeiros integrados e uma cultura partilhada em torno do papel central da informação”. A apropriação da qual fala Cardoso (2007, p. 37) remete à importância que a informação passou a adquirir nas sociedades atuais, pois mostra como o intercâmbio informacional é, atualmente, a “atividade social central e predominante”.

Para Cardoso (2007), os processos de produção e consumo de informação, ao sofrerem o impacto dessas reconfigurações, redimensionam também as próprias sociedades que, quanto ao papel da informação na contemporaneidade, se configuram como sociedades informacionais e não de informação, pois possuem uma nova forma de organização social cujas fontes principais de produtividade e poder são a produção, o processamento e a transmissão de informação de acordo com novas condições tecnológicas que despontam nas últimas três décadas do século XX. A estrutura dessa sociedade informacional proposta por Castells tem como estrutura básica a lógica de rede, resultando em um modelo descentralizado e flexível, afirma Cardoso (2007). Do desenvolvimento dessa estrutura em rede, resultam alterações técnicas, sociais e culturais que interferem nos modelos de comunicação antes baseados na unilateralidade da transmissão de informações. E é aí que se destaca, novamente, o poder da Internet em conectar pessoas e informações e o seu diferencial em relação aos outros meios de comunicação por permitir o estabelecimento e a manutenção de relações sociais em torno desses conteúdos. É no desenvolvimento da Internet como meio de comunicação, e do que foi criado a partir dela para servir como instrumento comunicacional, que se extrai um entendimento sobre o desempenho que a conexão possui como uma função essencial dentro desse novo modelo de comunicação baseado na bilateralidade de seus atores e ações, modelo esse no qual o conceito de convergência midiática se fundamenta.

Dentro desse trajeto evolutivo da Internet e das tecnologias digitais de comunicação, no qual a conexão atua como um fator essencial, a popularização da web teve um papel de destaque. Como afirma Jenkins (2008, p. 183), “inicialmente, o computador ofereceu amplas oportunidades de interação com o conteúdo das mídias e, enquanto operou nesse nível, foi relativamente fácil para as empresas midiáticas controlar o que ocorria”, porém observa que “cada vez mais, entretanto, a web tem se tornado um local de participação do consumidor, que inclui muitas maneiras não autorizadas e não previstas de relação com o conteúdo midiático.” O que aconteceu foi que, com o desenvolvimento da web e de ferramentas que oferecem mais

liberdade de produção, edição e publicação de conteúdo online aos indivíduos, a interatividade começou a dividir espaço com a participação, e é nesse sentido que se propõe repensar o conceito de convergência midiática nos três níveis já mencionados.

### **2.2.2. Interatividade e Participação**

Se antes as tecnologias de comunicação existentes serviam apenas para distribuição de conteúdos midiáticos, ainda que sob diferentes formatos, empregando diversas linguagens, através de múltiplas combinações, hoje as tecnologias disponíveis servem não apenas para distribuição, mas também para produção e compartilhamento de conteúdo. Assim, no que se refere à interatividade e à participação, percebe-se um redirecionamento da reflexão sobre o conceito de convergência, na medida em que são características que influenciam diretamente no âmbito social e cultural do conceito, além, é claro, do envolvimento de questões técnicas que interferem nesses níveis de participação e interatividade.

Em plataformas de comunicação digital, como no caso do Youtube, por exemplo; dos blogs, que no início dos anos 2000 foram sinônimo de liberdade de emissão de conteúdo por qualquer internauta; das redes sociais, entre outros, é possível visualizar as relações estabelecidas entre interatividade e participação em diferentes situações de comunicação. A interatividade não perde força ao longo do tempo, pelo contrário, é hoje incorporada como característica dos meios de comunicação inseridos no contexto digital. E a participação vem seguindo o mesmo caminho, ainda que com alguns obstáculos. O fato é que proporcionar mecanismos interativos que permitam às audiências a escolha e a personalização do conteúdo trata-se de atitude referente à interatividade, enquanto que observar a reação dos públicos, monitorar o seu comportamento e incorporar os consumidores de informação no processo de produção de conteúdo refere-se à participação. O que diferencia as duas características exerce influência direta no entendimento do conceito de convergência, e há que se esclarecer essa diferenciação de modo que cada uma das características assumam uma posição estável na constituição do seu papel dentro desse entendimento do conceito.

Sobre o que considera como a cultura da convergência, Jenkins (2008) destaca a importância da interação no processo ao lado da competência tecnológica das novas mídias, afirmando que não só produtos midiáticos e dispositivos tecnológicos devem propiciar a interação, como também os indivíduos devem manifestar o interesse em interagir. Nesse

sentido, o uso e a apropriação de tecnologias e conteúdos midiáticos pelos indivíduos se torna então um fator determinante na efetivação de um processo de convergência. O primeiro passo, nesse caso, quanto à interatividade, está na relação estabelecida entre o indivíduo e o meio, entre a pessoa e o veículo/dispositivo técnico com o qual irá interagir, de modo que a partir dessa interatividade inicial, parte-se para as interações com o conteúdo e com outros produtores e consumidores dos conteúdos midiáticos.

Dizard Jr. (2000, p. 40, 41) também discorre sobre esse tema aproximando as novas das velhas mídias. Para o autor, “a nova mídia não é apenas uma extensão linear da antiga”; a diferença consiste no fato de que ela, através da Internet e de outros canais, expande a quantidade de recursos disponíveis para os consumidores; “em particular, a nova mídia está começando a prover conexões interativas entre o consumidor e o provedor de informação”. Essas conexões permitem a interatividade entre produtores e consumidores de informação, segundo o autor, fazendo com que os consumidores possam escolher quando e como querem receber o conteúdo midiático; por isso que se faz necessário entender o que difere a interatividade da participação.

A afirmação de Jenkins (2008, p. 182) de que “na cultura da convergência, todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência” demonstra o equívoco em se considerar determinados produtos, conteúdos e comportamentos como caracterizadores de um processo de convergência midiática. Conteúdos potencialmente interativos e participativos nem sempre configuram um fluxo convergente. O maior equívoco ou incerteza, atualmente, surge quando é preciso definir participação e interatividade. Como ressalta Jenkins (2008, p. 183), “permitir aos consumidores interagir com as mídias sob circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e distribuição de bens culturais – seguindo as próprias regras – é totalmente outra.”

Abertura e colaboração são termos que remetem à participação, em função do desenvolvimento de ferramentas de comunicação digital e da adoção das mesmas pelos indivíduos. Ao abordar a Cauda Longa<sup>49</sup> Anderson (2006) reforça o poder desses termos com o surgimento do que ele chama de “novos produtores” que podem ser tanto profissionais quanto amadores atualmente e que colocam o conteúdo em circulação através das tecnologias digitais

---

<sup>49</sup> Ver capítulo 3, item 3.2.7.

de comunicação. O autor atribui grande parte dessa ocorrência ao que denomina de “democratização da produção”, uma das forças da *Cauda Longa*. Nesse sentido, não basta apenas interagir com dispositivos, conteúdos ou pessoas, mas participar da elaboração de conteúdos, fazendo com que os mesmos circulem através de uma ou mais mídias.

Com base nesse enfoque mais voltado para a interferência dos indivíduos sobre os conteúdos midiáticos, Jenkins (2008) considera o atual comportamento dos indivíduos em relação ao consumo desses conteúdos como um processo coletivo. O autor ampara seu posicionamento em Lévy (1993, 2003) e sua ideia de *inteligência coletiva*, que resulta de um processo de competição cooperativa que se estende e se generaliza, inclinando-se para a criação de formas ainda mais cooperativas; sendo no ciberespaço que essa inteligência se perfaz.

Lévy (2003, p. 89) considera o ciberespaço como “um meio de comunicação particularmente favorável ao desenvolvimento de uma inteligência coletiva global da humanidade” e ele o coloca não apenas como algo a serviço do mercado, da comunidade científica ou da liberdade de expressão democrática, mas como o principal fator para a criação da inteligência coletiva da humanidade. É nessa relação que Jenkins (2008) estabelece entre a cultura da convergência e o conceito de inteligência coletiva de Lévy que se percebe o papel assumido pelo ciberespaço, bem como de suas ferramentas de comunicação digital, na ilustração desse processo coletivo de consumo no âmbito da convergência.

Para Lévy (2003, p. 149), o ciberespaço é um lugar único por onde todos os meios convergem, interagem e convocam o espaço universal da cultura, a qual é nesse espaço transmitida e recebida. Não se trata, de forma alguma, de uma relação estritamente técnica, baseada na mera transposição de diferentes meios para um único espaço, mas no entendimento de que a convergência técnica atuaria, nesse caso, como potencializadora da convergência social, decorrente da atuação dos indivíduos no ciberespaço em torno de diversos conteúdos midiáticos.

A democratização ao acesso e a facilidade de produção de informação aumentam, segundo Lévy e Lemos (2010, p. 92), “a circulação e o consumo dos bens culturais”, de maneira que reconfiguram as “práticas sociais e as estruturas da indústria cultural”. Segundo os autores, “na atual cultura digital, o aumento da produção livre e planetária de conteúdo

(textos, fotos, vídeos, games, *softwares*...) proporcionada pela liberação do pólo da emissão, deve ser vista como atestado um vitalismo social e o crescimento da inteligência coletiva”.

Nesse contexto, a inteligência coletiva é tida para Jenkins (2008), como uma fonte alternativa de poder midiático, cujo uso se dá através das interações diárias que acontecem na cultura da convergência; por isso aqui o destaque para o caráter social, e também cultural, do processo de convergência, e não puramente técnico quando se pensa na reunião de diferentes meios num único espaço. Ao falar sobre o conceito de inteligência coletiva proposto por Lévy, Jenkins (2008, p. 58) lembra que este afirma que “a inteligência coletiva irá, gradualmente, alterar o modo como a cultura de massa opera”, e tal afirmação hoje se percebe num contexto caracterizado pela comunicação digital. Isso por que, para Jenkins (2008, p. 86), “o que consolida uma inteligência coletiva não é a posse do conhecimento – que é relativamente estática -, mas o processo social de aquisição do conhecimento – que é dinâmico e participativo -, continuamente testando e reafirmando os laços sociais do grupo social”. Por isso a participação ativa, tanto de produtores quanto de consumidores de conteúdos midiáticos, gera o processo de convergência. Não se trata de processos unilaterais de produção e recepção, mas de comportamentos ativos recíprocos, mútuos e interconectados que conferem significação aos produtos midiáticos em circulação. Nesses casos, a diferenciação entre as propostas de participação e interatividade é fundamental de ser identificada, para que se possa avaliar a efetividade da convergência.

Ainda sobre inteligência coletiva, Lévy (1993, p. 22) afirma que “o sentido emerge e se constrói no contexto, é sempre local, datado, transitório. A cada instante, um novo comentário, uma nova interpretação, um novo desenvolvimento podem modificar o sentido que havíamos dado a uma proposição...”. Para ele “as mensagens e seus significados se alteram ao deslocarem-se de um ator a outro na rede, e de um momento a outro do processo de comunicação”. A hipótese fundamental que Lévy (2003, p. 98) apresenta é a de que “a inteligência coletiva aumenta ao mesmo tempo em que melhora a organização da cooperação competitiva entre os seres humanos”.

Diante desse entendimento sobre a inteligência coletiva, para ilustrar a ideia em relação ao processo de convergência midiática, Jenkins (2008) menciona a prática do *spoiling*, realizada por fãs que fazem qualquer coisa em busca de respostas sobre um determinado produto



midiático. O autor analisa o exemplo de *Survivor*, um *reality television*<sup>50</sup> americano, no qual um determinado número de participantes é isolado em um local remoto para competir por um prêmio em dinheiro. Como afirma Jenkins (2008, p. 52), “o vencedor de *Survivor* é um dos segredos mais bem guardados da televisão”. Assim, os telespectadores do programa que se caracterizam como *spoilers* fazem de tudo para tentar descobrir o desfecho dos participantes antes dos episódios irem ao ar.

Usam fotografias de satélite para localizar a base do acampamento. Assistem aos episódios gravados, quadro a quadro, procurando informações ocultas. Conhecem *Survivor* de trás para a frente e estão determinados a descobrir tudo – juntos – antes de os produtores revelarem o que aconteceu. Chamam a esse processo de “spoiling” (JENKINS, 2008, P. 53).

Para Jenkins (2008, p. 55), “o *spoiling* de *Survivor* é a inteligência coletiva na prática” e a defesa desse argumento pelo autor se dá no momento em que ele afirma que na era da convergência se perfazem modos de audiência comunitários, em vez de individualistas. Ainda que nem todo consumidor de mídia, alerta o autor, interaja em comunidades virtuais, eles conversam com outros indivíduos sobre um conteúdo midiático e são poucos, afirma, que assistem à conteúdos televisivos em total silêncio e isolamento. Ele diz que a televisão fornece material para a chamada hora do cafezinho, mas que hoje essa hora, para um número cada vez mais crescente de pessoas, tornou-se digital. Por isso ele destaca a afirmação de Lévy de que “a inteligência coletiva irá, gradativamente, alterar o modo como a cultura de massa opera” (JENKINS, 2008, P. 54).

Na Internet, argumenta Pierre Lévy, as pessoas subordinam sua expertise individual a objetivos e fins comuns. “Ninguém sabe tudo. Todo o conhecimento reside na humanidade. “A inteligência coletiva refere-se a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros (JENKINS, 2008, P. 54).

O ponto chave da ideia de inteligência coletiva, considera Jenkins (2008), está na premissa de que, o que antes não se podia fazer individualmente, hoje se pode fazer de forma coletiva. A organização dos espectadores, dentro do que Lévy chama de comunidades de conhecimento, amplia seus poderes de agregação em processos de negociação com produtores midiáticos. No exemplo do *spoiling* de *Survivor*, a interatividade entre os consumidores do produto midiático se sobrepõe à participação, no que se refere à produção do conteúdo do programa. Pode-se verificar um processo de convergência, nesse caso, entre os consumidores

---

<sup>50</sup> Tradução da autora: reality show. Programa de televisão que utiliza câmeras espalhadas pelo cenário para transmissão ao vivo e permanente do que acontece no set de gravação.

de Survivor, que se baseia na interatividade estabelecida entre os mesmos. A participação também ocorre, mas em um nível que não envolve diretamente os produtores do programa<sup>51</sup>.

O entendimento de Jenkins (2008) sobre convergência utiliza como uma espécie de base a noção de inteligência coletiva de Lévy, o que mostra o quanto as características da interatividade e da participação entre os indivíduos são importantes para o estabelecimento da fenômeno. Essas novas possibilidades de comunicação, que reconfiguram os processos de publicação e recepção de conteúdo e permitem níveis de interatividade e participação, conferem assim mais destaque ao caráter social e cultural do conceito de convergência, ainda que, como se percebe até o momento, não há como desconsiderar as características e alterações técnicas que permitem o intercâmbio de informações acerca dos conteúdos midiáticos.

Wilkinson, McClung e Sherring (2009) comentam que a convergência não é apenas a adoção de tecnologias de forma conjunta mas, além disso, a reunião de funções desempenhadas por diferentes tecnologias, de modo que isso representa uma mudança fundamental sobre quem pode fazer o que no processo comunicacional. Sendo assim, a convergência não ocorre pelo simples ato de disponibilizar em um site diversas mídias e formatos potencialmente interativos e participativos, nem de criar uma história e veiculá-la em diversos formatos como cinema, DVD, revistas em quadrinhos, games, etc. A mistura de linguagens e meios desempenha um importante papel no conceito de convergência, mas como já foi mencionado, o centro desse conceito parece estar em um fluxo de conteúdos que hoje se movimenta sob o impacto do comportamento de produtores e consumidores de conteúdo que se relacionam através de diferentes tecnologias e suportes de comunicação digital, ora interagindo, ora participando.

### **2.2.3. Materialidade**

A materialidade dos meios não pode ser desconsiderada quando se aborda o tema da convergência, já que é aqui apontada por alguns dos autores citados e faz parte do entendimento do conceito na medida em que compõe o nível técnico do mesmo. Nessa linha de pensamento, Jensen (2010) vai dizer que a teoria dos meios é a tradição de pesquisa que confere maior sustentação às condições materiais da comunicação humana e a partir dela o

---

<sup>51</sup> Os espectadores de Survivor reúnem-se em comunidades e grupos online para tentar descobrir o vencedor de cada edição do *reality* show, mas não participam da elaboração do conteúdo do programa.

autor propõe uma divisão dos meios materiais em três graus, que aqui serve para que se possa discutir o tema da convergência sob o ponto de vista da materialidade.

In itself, the human body is a necessary and sufficient material condition of communication; our bodies become productive and receptive media of communication through socialization and acculturation. In comparison, tools – writing utensils or musical instruments – are neither necessary nor sufficient, but extend the human body and its communicative capacities in significant ways (JENSEN, 2010, P. 66)<sup>52</sup>.

Jensen (2010) diz que, na perspectiva da história e da teoria da comunicação, os seres humanos podem ser compreendidos como mídia, e assim, os meios de primeiro grau seriam capazes de externalizar mundos atuais e possíveis, já que as pessoas se comunicam umas com as outras sobre esses mundos para propósitos reflexivos e instrumentais.

Como meios de segundo grau, Jensen (2010) considera os de massa, como os livros impressos, os jornais, os filmes, o rádio e a televisão, ou seja, como ele explica, todas as formas de instituições midiáticas e práticas comunicacionais baseadas no modelo um-todos. Ele toma como base a expressão “meios de massa” utilizada por Walter Benjamin, nos seus termos de reprodução e disseminação técnica, especificamente no campo das artes, porém com implicações no campo das comunicações. Jensen (2010) explica que essas características foram, em primeiro lugar, reproduzidas, armazenadas e apresentadas em um conteúdo específico através de um modelo de um-para-um. Em segundo lugar, os meios de segundo grau, afirma o autor, estenderam radicalmente o potencial de disseminação do acesso à informação através do tempo e do espaço, independente da presença e do número de participantes.

É nos meios de terceiro grau que Jensen (2010) fala sobre a tecnologia digital e define essa categoria como meta tecnologia. Para ele, o computador digital reproduz e promove uma recombinação de meios anteriores a ele em uma única plataforma material, e usa a expressão *metatecnologia* a partir de Kay e Goldberg (1999/1977), que denominaram o computador de *metameio*. Reunindo textos, imagens e sons, Jensen (2010) explica que o meio digital se origina dos meios de massa, reunindo outras funcionalidades como a interação face a face, as narrativas, os debates e os games. Além disso, o meio digital integra os diferentes modelos de

---

<sup>52</sup> Tradução da autora: Em si, o corpo humano é uma condição material de comunicação necessária e suficiente; nossos corpos se tornam meios de comunicação produtivos e receptivos através da socialização e da aculturação. Em comparação, as ferramentas - utensílios de escrita ou instrumentos musicais - não são necessários nem suficientes, mas estendem, de maneira significativa, o corpo humano e suas capacidades comunicativas.

comunicação: uma-para-um, uma-para-muitos e muitos-para-muitos. Para ele, o principal exemplo de que o meio digital incorpora o terceiro grau dos meios materiais é o computador pessoal em rede, ou seja, a Internet, e ele ainda cita os celulares, a portabilidade e a mobilidade das conexões. Assim, Jensen (2010, p. 70) afirma que “with meta-technologies, communication has come full circle to the sort of interactive and multimodal forms of interchange that characterize face-to-face settings”<sup>53</sup>.

O que Jensen (2010) tenta elucidar com suas classificações em três diferentes graus de materialização dos meios é que práticas diversas decorrem desses níveis de materialidade. Um meio material, explica, suporta variadas práticas comunicativas. Assim, do modo como algumas práticas circulam de maneira adequada por vários meios; outras práticas são retomadas quando novas plataformas comunicacionais são incorporadas, quando surgem novos dispositivos tecnológicos, como, por exemplo, através das trocas de mensagens de texto através de telefones celulares. Sua argumentação não condiz com a ideia de que os computadores e a Internet caracterizariam o ideal de convergência pelo único e simples fato de reunirem todos os tipos de comunicação anteriormente existentes. Ainda que o ambiente digital seja propício para a reunião de diversos níveis de materialidade, são as interações e as práticas comunicativas que caracterizam os intercâmbios comunicacionais responsáveis pelos processos de convergência.

No emergente ambiente digital apresenta-se um caso especial subjacente a teoria dos meios sobre como potências materiais se tornam meios reais. O autor resgata o conceito de “affordances” de James J. Gibson (1979), noção que, para Jensen (2010), aborda aspectos sociais e culturais dos meios de comunicação. Jensen (2010, p. 74) explica que “affordances are, on the one hand, properties of nature that humans refer to and depend on; on the other hand, such properties only manifest themselves relative to particular organisms”<sup>54</sup>. No caso das interações humanas, prossegue o autor, existem diferenças marcantes entre os objetos encontrados com os usos que são dados a esses objetos e os objetos que são produzidos, que apresentam usos que são desenvolvidos em sequências mais ou menos complexas e colaborativas. É comum a apropriação de determinados objetos utilizados para a comunicação

---

<sup>53</sup> Tradução da autora: Com as meta tecnologias, a comunicação tem um círculo completo com os tipos interativos e multimodais que caracterizam as configurações face a face.

<sup>54</sup> Tradução da autora: Suportes são, por um lado, as propriedades da natureza que as pessoas se referem e delas dependem, por outro lado, tais propriedades só se manifestam em relação a determinados organismos.

tendo em vista uma espécie de adaptação para determinados tipos de situações comunicacionais, e no caso da comunicação digital essas práticas são frequentes.

A partir daí, Jensen (2010) busca explicar o termo *emergência*, que, segundo ele, se refere a um processo cujo estado final é imprevisível. O autor cita o ciberespaço de William Gibson<sup>55</sup> como um espaço através do qual a história dos meios se utiliza para mostrar como os usos sociais de uma tecnologia se modificaram muito ao longo do tempo ou mudaram completamente de rumo. Além disso, o autor afirma que as próprias mídias são capazes de reconfigurar as condições de comunicação, ou seja, ele diz que diferentes mídias suportam diferentes tipos de modificação. No caso dos meios digitais, afirma o autor, os indivíduos podem modificar não só arquivos individuais, mas também um sistema inteiro de comunicação, sua forma e seu conteúdo.

A presente estrutura midiática digital demonstra o quanto a Internet se desenvolveu ao longo dos anos desde as primeiras formas de comunicação mediada por computador e o quanto se desviou de seus propósitos iniciais direcionando-se para a sociabilidade e para o estabelecimento de processos de convergência midiática. Resultado de apropriações e usos diversos, a expansão da comunicação estabelecida via Rede atingiu os demais meios de comunicação, estabelecendo além de novos modelos comunicacionais, novas práticas e novos formatos midiáticos, obrigando a reflexão sobre questões materiais e sociais que envolvem os processos comunicacionais que se desenvolvem através dos meios digitais e que promovem a configuração de uma nova cultura marcada pelo uso de novos tipos de ferramentas de comunicação.

Diante de tais alterações, Jensen (2010) conclui essa questão do suporte falando sobre a interação diária dos usuários de Internet, dos interesses diversos e dos grupos de pressões, desde negócios, sociedade civil a técnicos bem como o setor público, que servem como mantenedores e modificadores da Rede como uma organização técnica e social. Para ele, a comunicação em rede deve questionar não só o que a mídia faz com as pessoas, mas também o que as pessoas fazem com a mídia.

Assim, o impacto que a Internet, a web e as tecnologias digitais de comunicação exercem sobre o conceito de convergência está fundamentado nessa característica do meio digital que

---

<sup>55</sup> Autor de *Neuromancer*, novela ciberpunk, escrita em 1984, vencedora de três prêmios de ficção científica. No livro, Gibson cita o termo 'ciberespaço'.

permite a conexão entre os indivíduos, bem como entre as informações disponíveis online. A interatividade e a participação proporcionadas pela conectividade do meio levantam questionamentos nos três níveis em que se estuda aqui o conceito: técnico, social e cultural. A materialidade também influencia nesses três níveis a partir das apropriações realizadas pelos indivíduos dos diversos suportes com os quais lidam diariamente nos processos comunicacionais.

Dito isso e feito o resgate das origens e do papel desempenhado por processos de digitalização no conceito de convergência é possível, nesse momento, aprofundar a discussão tendo em vista o tensionamento de entendimentos diversos acerca do conceito.

### **2.3. Pensando e repensando: a discussão sobre o conceito**

Em um artigo que levanta questionamentos sobre o conceito de convergência, a influência e o significado do mesmo no setor das telecomunicações, Niström (2007, online) abre uma seção com um referencial teórico formado por uma série de autores que apresentam definições sobre o tema. O quadro abaixo resume essas definições no intuito de abrir as discussões sobre o conceito nesse capítulo.

<b>Autores</b>	<b>Elementos norteadores</b>	<b>Definição de Convergência</b>
Bohlin (2000)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e meios.	Bohlin (2000) afirma que na literatura é comum encontrar o entendimento de que o conceito se baseia na tecnologia, integrando comunicação, radiodifusão, telecomunicações e computadores, ainda que outras áreas entrem em jogo, como serviços, mercados, configurações relacionadas com alianças e fusões industriais e políticas de regulamentação. Em função da interligação de todos esses aspectos, o autor acredita que não se pode considerar o conceito de caráter puramente técnico ou tecnológico.
Borés & Torres (2003)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e meios.	Processo que reúne as telecomunicações, a radiodifusão, as tecnologias de informação e os setores de entretenimento em convergência em um mercado unificado.
Duysters & Haagedoorn (1998)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e meios.	Convergência das telecomunicações e indústrias de computador.
Fransman (2000)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e meios.	Indefinição das fronteiras entre telecomunicações, informática e mídia.
Herkman (2002)	Processos de digitalização.	Propõe que a convergência possui duas funções: (1) descrever as mudanças que ocorrem na produção das mídias, causadas pela digitalização; (2) abordagem político-econômica, pela qual o gerenciamento das organizações decidem em favor de mudanças organizacionais e investimentos técnicos.
Steinmueller (2000)	União de indústrias baseadas na informação.	Considera a convergência como um desenvolvimento tecnológico que se tornou o

		foco principal do desenvolvimento da engenharia das telecomunicações modernas e da reestruturação do mercado. O objetivo do processo é acelerar o ritmo do avanço tecnológico e, mais do que um movimento relacionado com a engenharia das telecomunicações, a convergência vai além da reestruturação da indústria das tecnologias de comunicação e informação, influenciando essa indústria e todas as outras que lidam com a informação como produto ou serviço.
Mueller (1999)	Processos de digitalização.	Não acredita no entendimento de que a convergência é a reunião de diferentes tecnologias ou indústrias, mas a aquisição de todas as formas de mídia por uma tecnologia, os computadores. Seu conceito se refere a convergência digital e seu foco está nos meios digitais e nos efeitos que a convergência produz em diferentes formatos midiáticos. Dessa forma, define a convergência como a mescla de canais de comunicação, a partir de uma perspectiva econômica e técnica.
Yoffie (1996)	Processos de digitalização.	Define a convergência como a união de produtos midiáticos diversos que empregam tecnologias digitais, de modo que seu conceito é fortemente marcado por um caráter técnico.

Quadro 4: Definições sobre convergência

Fonte: NISTRÖM, Anna-Greta. What is Convergence? Perceptions from the Finnish telecommunications Sector.



Os conceitos apresentados por Niström (2007, online) são bastante próximos. A maior parte deles define a convergência como a união dos sistemas de telecomunicações com o sistema de radiodifusão, com a informática e com os meios, tendo um impacto econômico de ampla importância a ser considerado, como se percebe em Bohlin (2000), Borés & Torres (2003), Duysters & Haagedoorn (1998) e Fransman (2000). O foco de Herkman (2002), Yoffie (1996) e Mueller (1999) está mais direcionado para a questão da digitalização. Herkmann (2002) volta-se para o âmbito da produção midiática decorrente dos processos de digitalização e para como as organizações lidam com o gerenciamento e as transformações de nível técnico a partir de uma nova abordagem político-econômica que se instaura dentro de um novo contexto moldado por parâmetros de convergência. Yoffie (1996) destaca o uso das tecnologias digitais para a criação de produtos midiáticos e Mueller (1999) considera que a convergência permite a reunião de todos os meios no computador, focando-se nos digitais e buscando perceber as consequências econômicas e técnicas do processo. Steinmueller (2000) chama a atenção para a abrangência que o processo de convergência possui para não só sobre a indústria das telecomunicações, mas sobre todas as outras que lidam com a informação, de modo que o impacto do fenômeno toma proporções bastante amplas, tornando-se assim não apenas técnico, mas com implicações que extrapolam esse nível, abrangendo questões sociais e culturais.

Os autores citados por Niström (2007, online) ilustram como o conceito vem sendo encarado nos últimos anos e como o processo de digitalização vem ganhando espaço nos estudos sobre a convergência. São autores que não são referenciados pelos autores internacionais trabalhados nessa tese, nem pelos autores brasileiros que estudam o tema da convergência, porém são referenciados aqui como ponto de partida desse capítulo que propõe pensar e repensar o conceito, e porque também refletem o predomínio do entendimento de autores que serão trabalhados nesse estudo.

O conceito de convergência, hoje ainda em desenvolvimento, de acordo com Kornegay (2009), tem sido usado para se referir a processos de coleta, edição, armazenamento, transmissão e consumo de textos, imagens e som em formato digital, através de computadores conectados em rede, que desempenham o papel de mediadores. Mas o autor vai além, afirmando que o processo de convergência é mais do que um novo sistema de comunicação.

...it is also an agent of change that is redefining the social, cultural, economic, and political contours of society in ways that are both subtle and overt. This process is turning the world of mass media on its head and sending ripples – or perhaps it is a tsunami – radiating out into society at large by democratizing the ways in which media messages are created, delivered, and consumed (KORNEGAY, 2009, P. 84. 85)<sup>56</sup>.

Muitas definições sobre convergência se baseiam no componente tecnológico, de acordo com Grant e Wilkinson (2009), e como se pode perceber nos autores citados por Niström (2007, online). Grant e Wilkinson (2009) afirmam que a tecnologia digital e as redes de computadores são o núcleo da ideia de convergência, ainda que, para eles, fatores organizacionais e sociais sejam de extrema importância na formação do conceito. Para Wilkinson, McClung e Sherring (2009), a convergência instaura novas formas de definição e de acesso à informação, assim como novas maneiras de apresentar e de consumir conteúdo. Os autores creditam à junção entre os meios de massa, a Internet banda larga, a web e as tecnologias digitais de comunicação, uma espécie de “apagamento” de distinções específicas do passado entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal.

A partir dessas considerações sobre o conceito de convergência, é necessário que se aponte, logo de início, que a tecnologia não é seu único fator componente, ainda que seja fundamental em sua definição. Killebrew (2009, p. 251) afirma que para entender a evolução da ideia de convergência é importante não pensar apenas o âmbito tecnológico do processo, mas entender como as dinâmicas do mesmo passam de um modelo baseado no esquema um-todos para outro fundamentado na participação e no diálogo, e que o controle desse diálogo hoje, ora está na mão do emissor, ora na mão do receptor, que passam intercambiando-se de posição.

Nesse sentido, essa ênfase excessiva ao fator tecnológico do conceito de convergência fez com que um vício acabasse por se estabelecer. Segundo Grant e Wilkinson (2009), esse vício ocorre quando se utiliza o conceito para se referir a fenômenos semelhantes ou relacionados a tecnologias de comunicação como, por exemplo, a transmissão de voz, dados e vídeo através de uma única conexão. Os autores explicam que o termo é utilizado para representar a ausência de limites entre diferentes tipos de suportes e, ao mesmo tempo em que há uma extensa lista de aplicações para o termo, afirmam que há uma série de fenômenos distintos que podem se encaixar

---

<sup>56</sup> Tradução da autora: é também um agente de mudança que está redefinindo os contornos sociais, culturais, econômicos e políticos da sociedade de maneiras sutis e ostensivas. Este processo está transformando o mundo da mídia de massa em seu centro e emitindo ondas – ou talvez seja um tsunami - irradiando essas ondas para toda a sociedade, democratizando as formas pelas quais as mensagens da mídia são criadas, entregues e consumidas.

no conceito. O traço comum entre esses fenômenos está na substituição das transmissões analógicas pelas digitais, que permitem o armazenamento e a manipulação de qualquer tipo de mensagem a partir do momento em que ela é convertida em bits. Esse tipo de entendimento ainda hoje fundamenta produções acadêmicas, e também diversas matérias veiculadas na imprensa, acerca do que constitui o processo de convergência midiática e, de acordo com posicionamento aqui adotado, entende-se que se trata de um embasamento limitado, que não explora o conceito em toda sua amplitude, deixando de lado as esferas social e cultural que o compõem.

Dessa forma, e esse é o alerta feito pelos próprios autores, que vem marcado no *background* dessa tese, a convergência vai além disso, pois representa um conjunto muito mais amplo de fenômenos, de modo que não se limita apenas ao fator tecnológico de conversão do analógico para o digital. Esse conjunto, na verdade, possui dimensões mais amplas, capazes de definir o processo de convergência. Tais dimensões, de acordo com Grant e Wilkinson (2009), se referem à produção de conteúdo para múltiplos meios; o que eles chamam de co-propriedade de dois ou mais meios por uma mesma empresa servindo ao mesmo mercado; a colaboração entre meios e profissionais, não necessariamente da mesma empresa; e a coordenação entre meios e profissionais de forma a compartilhar informações. Os autores citam essas dimensões no âmbito do jornalismo, e não abordam a participação dos consumidores de conteúdo no processo de convergência, como se pode perceber em outros autores citados nesse trabalho. Ainda assim, suas considerações ressaltam a necessidade de se avançar a reflexão sobre o conceito de convergência para além de um entendimento unicamente técnico do processo.

A discussão em torno do conceito muitas vezes também se estabelece pelo equívoco que se instaura ao se considerar a convergência tecnológica como sinônimo de convergência midiática. Pavlik (2008) considera o termo convergência digital como a reunião de diferentes tipos de mídia numa plataforma baseada em computadores incluindo a conectividade da internet, de modo que o que se vem apresentando no referencial teórico como um entendimento sobre convergência, até o presente momento, não vai ao encontro de tal argumento.

No contexto digital, afirma Pavlik (2008), os meios se tornaram ubíquos, interativos, móveis, portáteis, sem fio, por demanda e instantâneos, sendo que algumas dessas características já estavam presentes em meios analógicos. No entanto, o autor destaca que algumas dessas características são exclusivas e/ou potencializadas em função dessa convergência digital, de forma que o que Pavlik (2008) enfatiza é o caráter técnico de

determinados dispositivos e tecnologias que maximizam características já existentes em meios analógicos. Nesse caso o autor não está necessariamente falando sobre convergência midiática e sim, no que ele mesmo denomina, de convergência digital.

Na busca por um ideal de convergência entre computadores, Internet e mídia que, durante a década de 90 foi perseguido por “futurólogos, tecnólogos e magnatas da mídia”, Castells (2003, p. 155) destaca que essa ideia de convergência tinha a “multimídia” como palavra-chave e que a materialização dessa multimídia seria como a materialização de uma “caixa mágica” no meio de uma sala de estar que poderia, ao comando de qualquer indivíduo, “abrir uma janela global para infinitas possibilidades de comunicação interativa em formato de vídeo, áudio e texto”. Pode-se então entender que a convergência de mídias, para Castells (2003), consiste na mistura de linguagens e na comunicação interativa. Mas comunicação interativa entre quem? Entre os conteúdos multimídia e os indivíduos e/ou também entre os indivíduos que consomem esses conteúdos, já que a Internet traz consigo tal possibilidade de diálogo?

O que Castells (2003) chama de “caixa mágica”, Jenkins (2008, p. 40) chama de “falácia da caixa preta”:

Boa parte do discurso contemporâneo sobre convergência começa e termina com o que chamo de Falácia da Caixa Preta. Mais cedo ou mais tarde, diz a falácia, todos os conteúdos midiáticos irão fluir por uma única caixa preta em nossa sala de estar (ou, no cenário dos celulares, através de caixas pretas que carregamos conosco para todo lugar).

Enquanto que no início dos anos 2000, falar sobre a mistura de elementos midiáticos dentro de um único suporte era considerado o ponto alto de um conceito de convergência através das tecnologias digitais de comunicação e informação, alguns anos mais tarde, como se pode perceber através de Jenkins (2008), imbricações técnicas já não são suficientes para dar conta do conceito. Ainda que isso não signifique que os elementos sociais fossem deixados de fora das análises sobre processos de convergência, alguns postulados sobre o fenômeno eram, e alguns ainda são, dotados de um caráter fortemente tecnicista. No entanto, em 2001, Jenkins (2001, online) abordava o fenômeno, dizendo que “media convergence “is an ongoing *process*, occurring at various intersections of media technologies, industries, content and audiences; it’s not an end state”<sup>57</sup>.

---

<sup>57</sup> Tradução da autora: Convergência de mídias é um processo em andamento, ocorrendo em várias intersecções de tecnologias midiáticas, indústrias, conteúdos e audiências, não é um estado finalizado.

Ao que Jenkins (2008, p. 27, 28) se refere, trata-se de convergência como “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” e não como uma simples reunião de diferentes funções dentro de um único dispositivo, não se trata então de convergência digital. Para ele, a convergência não se dá através de aparelhos, mas “dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”.

Rather, thanks to the proliferation of channels and the increasingly ubiquitous nature of computing and communications, we are entering an era where media will be everywhere, and we will use all kinds of media in relation to one another. We will develop new skills for managing information, new structures for transmitting information across channels, and new creative genres that exploit the potentials of those emerging information structures (JENKINS, 2001, ONLINE)<sup>58</sup>.

O autor assim desconstrói o argumento de que a convergência de mídias seria resultado da união de diversos aparelhos em um só utilizando-se da expressão “falácia da caixa preta”.

Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência (JENKINS, 2008, P. 41)

Outro aspecto que logo fica evidente nas afirmações de Jenkins (2008) é a importância dada ao nível de atividade dos consumidores de conteúdo. O autor insiste em enfatizar que a convergência de mídias não é somente uma mudança tecnológica, mas um processo que produz impacto sobre indústrias, mercados, gêneros e públicos e que, principalmente, é responsável pela alteração no modelo operacional da indústria midiática, através do qual os consumidores recebem e lidam com o conteúdo, seja ele notícia ou entretenimento.

Pioneiramente, quando aborda a multimídia, Negroponte (1995) se aproxima de Jenkins (2008) a respeito do fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos. Obviamente, é importante lembrar que suas considerações foram traçadas antes da

---

<sup>58</sup> Tradução da autora: Em vez disso, graças à proliferação de canais e da natureza cada vez mais onipresente da computação e comunicações, estamos entrando em uma era onde a mídia estará em todo lugar, e usaremos todos os tipos de mídia em relação um ao outro. Vamos desenvolver novas habilidades de gestão da informação, novas estruturas para a transmissão de informação através de canais, e novos gêneros criativos que exploram as potencialidades das estruturas da informação emergente.

popularização da web e das tecnologias digitais de comunicação, mas podem ser equiparadas com as argumentações de Jenkins (2008) sobre o fenômeno da convergência.

Pensar em multimídia implica se ter noção do movimento fluido de um meio para outro, dizendo a mesma coisa de maneiras diversas, invocando um ou outro dos sentidos humanos. A máquina lhe diz: se você não entendeu da primeira vez, deixe-me explicar de novo em forma de uma história em quadrinhos ou um diagrama em três dimensões. Esse tipo de passagem de um meio para outro pode incluir qualquer coisa, desde filmes que se auto-explicam mediante um texto até livros lidos por uma voz suave enquanto você cochila (NEGROPONTE, 1995, P. 74)

Utilizando como exemplo um contrato “multimídia” de 1992, feito pela Time Warner com a cantora Madonna, para designar um “conjunto heterogêneo composto de material impresso, discos e produções cinematográficas”, Negroponte (1995, p. 65, 66) afirmava que aquilo significava “não apenas a reutilização de arquivos de músicas e de filmes, como também o uso expandido de áudio e vídeo, aos quais acrescentam dados, para todas as finalidades possíveis e imagináveis, tudo isso em pacotes múltiplos despachados por diversos canais.”

Dessa forma, Negroponte (1995) destacava a reutilização, o aproveitamento de um mesmo conteúdo em diferentes suportes midiáticos, mas, ao contrário de Jenkins (2008), não mencionava a interferência, a participação e a atividade dos indivíduos receptores desses conteúdos. Negroponte (1995, p. 66) enfatizava a convergência entre os meios afirmando que esse tipo de redirecionamento sempre esteve presente no nascimento de um novo veículo, e exemplificava sua argumentação mencionando a reutilização de peças de teatro pelo cinema, a revenda de espetáculos pelo rádio e a reciclagem de filmes de cinema pela televisão. O problema, dizia, era “encontrar material específico de multimídia, nascido no próprio meio”, já que, como ele mesmo afirmava, naquela época ainda se viviam os primórdios da multimídia.

Serviços de informação e entretenimento que saibam de fato tirar proveito da multimídia, definir esse novo veículo, precisam ser desenvolvidos, necessitando de um período de gestação longo o bastante para acomodar sucessos e fracassos. Consequentemente, os atuais produtos multimídia são como crianças recém-nascidas, dotadas de bons genes, mas ainda não desenvolvidas o suficiente para ter uma personalidade reconhecível e um físico robusto. A maior parte dos atuais aplicativos multimídia é algo anêmica, raramente constituindo mais do que um ou outro tipo de oportunismo. Mas estamos aprendendo rápido (NEGROPONTE, 1995, P. 66).

Utilizando a expressão “betamax dos anos 90”, cunhada pelo fundador da Wired, Louis Rossetto, para se referir ao CD-ROM, Negroponte (1995) dizia que, naquela época, a oferta de multimídia era limitada ao consumo sob o formato de títulos em CD-ROM. Ao citar a expressão

de Rossetto, Negroponte (1995) já previa a alteração desse cenário, lembrando que Rossetto já dizia que, a longo prazo, a multimídia se transformaria em um fenômeno online. No entanto, quanto a essa modificação, o autor nada menciona a respeito das possibilidades de interação entre os indivíduos quando da transposição do conteúdo multimídia para o ambiente online; possibilidades que foram ampliadas quando da popularização da web e das ferramentas digitais de comunicação. Sobre interação, Negroponte (1995, p. 72) apenas dizia que “está implícita em tudo quanto é multimídia”, porém, tal afirmação limitava-se à relação entre os indivíduos e os conteúdos.

É evidente que ao se aproximar as considerações de Negroponte (1995) das de Jenkins (2008), o impacto do contexto digital dessa primeira década do século XXI imprime diferenças relevantes na concepção do fenômeno da convergência. Fica claro que a interatividade proporcionada pela popularização da web e de diversas ferramentas de comunicação digital influencia no entendimento do conceito. Na época da formulação dos argumentos de Negroponte (1995), a multimídia era uma característica do meio online muito mais presente e, metaforicamente, palpável do que a interatividade, diante da carência de possibilidades técnicas daquele momento. Na medida em que a multimídia era exaltada pela oportunidade de reunir diferentes formatos sob um único suporte, a interatividade se restringia às ações que os indivíduos estabeleciam sobre este conteúdo, como, por exemplo, clicar em menus de seções de um site ou então navegar de forma não-linear pelo conteúdo de um CD-ROM. E de tal forma, não era à toa que Negroponte (1995) destacava esse tipo de interatividade.

Dos autores brasileiros que promovem uma discussão conceitual sobre o tema da convergência destacam-se os trabalhos de Fragoso (2005, online), Santaella (2003) e Pellanda (2001, 2003, online). Para Fragoso (2005, online), todas as mídias resultam de formatos híbridos de linguagens e Santaella (2003) lembra que, no início dos anos 80, se percebe uma intensificação das misturas entre linguagens e meios, misturas que ela afirma terem funcionado como um *multiplicador de mídias*. Tal multiplicação gerou a produção de *mensagens híbridas*, bem como de equipamentos e dispositivos que caracterizaram o que ela chamou de *cultura do disponível e do transitório*, em função de fotocopiadoras, videocassetes, videogames e TV a cabo, entre outras tecnologias. A escolha e o consumo individualizados foram propiciados por equipamentos e linguagens criados para circularem nessas tecnologias, constituindo o que ela chamou de *cultura das mídias*. A partir daí, Santaella (2003) diz que o comportamento dos indivíduos se alterou em termos de busca de informação e entretenimento; através dessas tecnologias os indivíduos começaram a abandonar a “inércia da recepção”, tornando-se consumidores ativos na busca por conteúdo.

Nesse movimento descrito pelas autoras, percebe-se uma articulação de transformações técnicas, sociais e culturais impulsionando alterações comportamentais e propiciando o desenvolvimento de um contexto de convergência pautado não apenas pelo surgimento de novos dispositivos e linguagens, mas também de novas práticas. O componente tecnológico possui um papel de extrema importância no desenvolvimento do conceito de convergência, de acordo com os apontamentos feitos por Fragoso (2005, online) e Santaella (2003), mas não dispensa os elementos sociais e culturais do processo, de forma que os três níveis atuam de forma interdependente a todo o momento. As transformações apontadas por Santaella (2003) circulam pelos três níveis indicados e possuem suas raízes nessa hibridação de linguagens praticamente intrínseca das mídias, apontada por Fragoso (2005, online).

As mudanças de comportamento apresentadas pelos indivíduos fez com que Santaella (2003, p. 27) visualizasse a preparação de suas sensibilidades para a chegada dos meios digitais, cuja “marca principal está na busca dispersa, alinear, fragmentada, mas certamente uma busca individualizada da mensagem e da informação”. A autora formaliza tal pensamento no início dos anos 2000, porém Pool (1990), já falava sobre a evolução da comunicação tanto em termos de personalização e individualização, quanto de produção quanto de recepção dos conteúdos midiáticos.

O autor acreditava em uma inversão da revolução dos meios de difusão ao dizer que o que aconteceria era que, ao invés de se difundirem as mesmas mensagens para milhões de pessoas, a tecnologia começava a permitir a adaptação de mensagens às necessidades específicas e singulares de cada indivíduo. Para ele, o avanço da tecnologia ampliou as possibilidades de adequação do conteúdo dos meios aos interesses dos pequenos públicos, mais específicos, e essa adequação era consequência direta da flexibilidade de produção através do computador.

Las tecnologías de las comunicaciones que evolucionan hoy están menos congeladas en la producción uniforme de un medio de masas, que las tecnologías de las comunicaciones del pasado; contienen la promesa de estar modeladas para las necesidades de los auditorios pequeños o de usuarios individuales. La recepción de la comunicación de masas es pasiva en alto grado; las nuevas tecnologías de las comunicaciones están adaptadas a la búsqueda más activa de información (POOL, 1990. p. 250)<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Tradução da autora: As tecnologias de comunicação que evoluem hoje estão menos congeladas na produção uniforme de um meio de massa, que as tecnologias de comunicação do passado; contém a promessa de estar moldadas para as necessidades de audiências pequenas ou de usuários individuais. A recepção da comunicação de



Visionário ou não, Pool (1990), de certa forma, acertou, já que hoje há inúmeras fontes de informação e essa diversidade pode ser aproveitada através da busca e da produção de conteúdos diversos, via diferentes suportes e canais. No entanto, isso, definitivamente, não começou com a digitalização. Assim como as primeiras misturas entre meios e linguagens não aconteceram após o processo de digitalização, do surgimento da Internet, da web e das tecnologias digitais de comunicação, essas alterações comportamentais já vinham acontecendo antes disso tudo também, ainda que num outro ritmo, em função de outros meios e dispositivos, conseqüentemente de maneiras diferentes.

Sobre o fenômeno da convergência, Fragoso (2005, online) encara o processo a partir de três frentes de concretização que se referem aos modos de codificação da convergência; aos tipos de suporte e aos modos de distribuição dos produtos midiáticos. A autora não se limita, ainda que se aproxime, à questão da multimídia, como se percebe logo de início em função de sua proposta de classificação.

No que considera como convergência dos modos de codificação, Fragoso (2005, online) aborda a ideia de multimídia presente nos postulados de Negroponte (1995) e, em alguns momentos dos de Castells (2003), e se refere ao empacotamento de conteúdos pertencentes à categorias semióticas diferentes, no caso som, texto e imagem em um único formato, possibilitando assim a junção de diferentes tipos de mensagens em um mesmo suporte. Ela considera que “a convergência dos modos de codificação conduz à padronização dos tipos de suporte e favorece a homogeneização dos modos de distribuição dos produtos midiáticos”.

Tal entendimento se aproxima, de certa forma, ao que já foi mencionado aqui quando se apresentou a ideia de “caixa mágica”, por Castells (2003) e a “falácia da caixa preta”, de Jenkins (2008). Trata-se de um entendimento sobre o conceito de convergência midiática marcado pelo caráter técnico. No entanto, sobre sua classificação dos modos de convergência, a autora faz questão de destacar a adoção de práticas semelhantes anteriores a digitalização. Ela chama a atenção para eventuais manifestações de entusiasmo em torno de possibilidades de reunião de diferentes mídias num mesmo espaço e ambiente, e lembra que “a combinação de diferentes linguagens compondo meios essencialmente intersemióticos é muito anterior à

---

massa é passiva em alto grau; as novas tecnologias de comunicação estão adaptadas a busca mais ativa de informação.

digitalização” e, “a rigor, todas as mídias, desde o jornal até as mídias mais recentes, são formas híbridas de linguagem, isto é, nascem na conjugação simultânea de diversas linguagens.” Fragoso (2005, online) afirma que as mídias nunca existiram isoladas umas das outras e que, por fazerem parte de um sistema complexo, afetam-se mutuamente desde sempre e, assim, cada uma se torna referência para qualquer tecnologia com pretensões midiáticas.

Diante da proliferação das tecnologias digitais, Fragoso (2005, online) considera que forças com objetivos e motivações independentes das especificidades dessas tecnologias estabelecem uma espécie de competição para alardear a convergência de suportes. Essa convergência tem sido divulgada com tanta intensidade que a autora teme “pela inviabilização econômica da utilização em média e larga escala de todos os modos de distribuição que não lhe sejam estritamente compatíveis e convenientes”. Fragoso (2005, online) considera que a noção de Internet como um “ambiente de mídias”, defendida por diversos autores, e que prevê uma migração dos meios de massa para as redes digitais, e mais especificamente para a web, caracteriza um processo de convergência que, a seu ver, parece deixar de lado as diferenças entre tais mídias da maneira como se as conhece até hoje.

A autora não entra na discussão sobre qual modo de distribuição é melhor ou pior e até mesmo destaca que tal discussão seria tão descabida quanto discutir qual suporte tecnológico permite a produção de conteúdos mais criativos ou inteligentes. De sua argumentação, o apontamento de extrema relevância para esse estudo é feito quando afirma que considerar a unificação dos modos de codificação, a redução da diversidade de suportes e a uniformização das formas de armazenamento e distribuição como responsáveis pela potencialização e desenvolvimento de formatos mais criativos para a produção de mensagens de melhor qualidade é puro fetiche tecnológico. A questão está, para ela, na demanda, pois a viabilidade do que ela chama de “cascata de convergências”, é inquestionável, mas será que tudo isso é realmente desejável?

Percebe-se a crítica da autora ao caráter tecnicista da ideia de convergência, de modo que também aborda a multimídia e a interatividade para tratar do conceito.

Se a multimídia per se não conduz ao mais alentador dos prognósticos, vale a pena refletir sobre uma efetiva novidade que advém da digitalização das mídias: a interatividade. Mais ou menos na mesma época em que se cantavam amplamente as benesses que viriam com a multimídia, popularizava-se também a noção de que a interatividade era o instrumento que faltava para conferir ao receptor poderes correspondentes aos dos produtores midiáticos (FRAGOSO, 2005, ONLINE).

Novamente, o seu posicionamento é crítico no sentido de que a interatividade oferecida por determinados produtos midiáticos não é suficiente, já que, em muitos casos, se trata do oferecimento de um leque, ainda que extenso, pré-determinado de opções. A autora reconhece no potencial interativo das tecnologias digitais, porém o considera ainda sub-aproveitado.

No entanto, o fato de que a interatividade consiste em prover um leque de opções suficientemente grande para criar uma ilusão de liberdade criativa não significa que não seja possível tirar proveito qualitativo do enorme potencial quantitativo das mídias digitais. O hipertexto e os jogos de computador são sinais evidentes do enorme (e ainda sub-aproveitado) potencial criativo da exploração de grandes conjuntos de opções sintáticas e paradigmáticas para a composição de textos interativos (FRAGOSO, 2005, ONLINE).

No caso de Castells (2003, p. 16), ao definir a interatividade, o autor confirma a possibilidade dessa dualidade de relações (interatividade/multimídia), quando a considera como “a capacidade do usuário de manipular e afetar diretamente a experiência da mídia e de se comunicar com outros através dela”. Ao afetar essa experiência, o indivíduo está se comunicando com o conteúdo e poderia, em tese, como o autor afirma, ao mesmo tempo se comunicar, através da própria mídia, com outros indivíduos.

Destaca-se assim o caráter participativo e ativo dos indivíduos dentro do entendimento de convergência de mídias apresentado por Castells (2003), já lá no início da década e também apontado por Fragoso (2005, online), ainda que não explicitamente, mas através de suas críticas aos entendimentos sobre o conceito de convergência baseados em viéses tecnicistas e na falta de aproveitamento de potenciais interativos. Além da mistura entre linguagens e mídias, Castells (2003) deixa explícito que a ocorrência de um comportamento ativo por parte do indivíduo, tanto em termos de interação com o conteúdo como quanto com outros indivíduos é característica fundamental, se não central, de sua definição de convergência de mídias.

Também criticando esse mau aproveitamento do potencial multimidiático e interativo das mídias no início dos anos 2000, Pellanda (2001, 2003) apresenta uma abordagem sobre convergência. Em um estudo sobre a CNN, Pellanda (2001) destacou o papel da multimídia

no seu entendimento sobre a convergência de mídias e, a respeito da característica de interatividade, também nessa época, a considerava ainda não suficientemente explorada.

Pellanda (2003, online) afirma que de 1994 à 2001 houve uma explosão de conhecimento a partir do desenvolvimento da indústria virtual, que gerou condições suficientes para a elaboração de um entendimento sobre todas as mudanças a partir de um novo olhar. Principalmente com a geração que já nasceu com a Internet, a demanda por produtos interativos tende a se tornar cada vez maior, destaca o autor. Além disso, ele diz que a união da banda larga com as conexões sem fio ocasiona novas formas de comunicação, salientando que a diversidade de maneiras com as quais os indivíduos interagem com os conteúdos não só através de textos e imagens, mas através de áudio, vídeos e animações o que, em suas palavras, acaba “convergindo linguagens em uma nova mídia”.

...embora a mídia que transmita o vídeo não seja TV e o áudio não seja o rádio, a linguagem destes meios estará presente nos ambientes convergentes. [...] Seguindo um caminho natural é possível vislumbrar o nascimento de uma nova linguagem resultante desta fusão de mídias tradicionais (PELLANDA, 2001, P. 49).

Apesar do aumento da demanda por conteúdo interativo, Pellanda (2001) identifica um baixo nível de interatividade e, a partir da leitura de sua dissertação<sup>60</sup>, infere-se que seu entendimento sobre essa interatividade, a qual considera insuficiente, se refere às atividades dos usuários com relação aos conteúdos, aos tipos de ações que poderiam realizar ao navegar por conteúdos de diferentes formatos e não tanto em termos de relacionamento com outros indivíduos em torno desses conteúdos<sup>61</sup>.

Pellanda (2003, online) observa que os indivíduos não estavam satisfeitos em apenas obter informação; o que realmente importava era poder compartilhar o conteúdo através das redes, o que potencializava o poder de comunicação. Esse compartilhamento, segundo o autor,

---

<sup>60</sup> Em sua dissertação de mestrado, Pellanda (2001, p. 47) apresenta como uma de suas hipóteses perceber “como os meios tradicionais estão convergindo no ambiente online”. O autor concluiu, na época, através de um estudo sobre a CNN, que “o grau de convergência e interatividade das mídias ainda é relativo” (PELLANDA, 2001, P. 74). Mesmo havendo a reunião de linguagens através da inserção de texto, áudio, vídeo, imagem e animações nas matérias, o autor afirma que apenas animações eram desenvolvidas exclusivamente para o site da CNN, sendo também os únicos formatos a utilizarem elementos interativos – e a interatividade que ele menciona nesse momento é uma interatividade de nível técnico, do usuário com o conteúdo através de cliques em animações. Além disso, Pellanda (2001) diz que no caso dos textos, a produção no ambiente online era exclusiva do site, porém, sem apresentação e formatação adequada ao meio, mas sim nos moldes dos meios tradicionais como jornais e revistas.

<sup>61</sup> No caso da CNN, o autor conclui que o meio online era apenas uma reformatação da mídia tradicional. Segundo Pellanda (2001, p. 74), “o que ocorre é que o potencial interativo da Web, que potencializa a integração do conteúdo, ainda não fica explorado”.

já acontecia por fluxos de áudio, vídeo, textos, fotos e gráficos através de dispositivos e suportes que acompanhavam os indivíduos a qualquer momento, caracterizando assim um contexto de “imersão midiática”. Ao citar Pavlik (2001:140 *APUD* PELLANDA, 2003, ONLINE), que definia a nova mídia como a “convergência entre computadores, telecomunicações e os meios tradicionais de comunicação” e que afirmava que “o resultado desta “mistura digital” *online* inclui a Internet...”, Pellanda (2003, online) destacava que o termo convergência de mídias seria mais adequado para o que Pavlik chamava de nova mídia, já que se referia a um processo de interação midiática e não apenas uma nova mídia. A ênfase na terminologia aparecia pela necessidade de sempre se ter em mente que a interação em rede altera a forma como os indivíduos pensam a comunicação de massa, já que há uma alteração de papéis no momento em que espectadores abandonam a função de personagens para se transformarem atores.

Pellanda (2003, online) passa a dar mais importância à interatividade entre os indivíduos envolvidos como parte do processo do que ele considerava como convergência, propondo que “a convergência de mídias se dá quando em um mesmo ambiente estão presentes elementos da linguagem de duas ou mais mídias interligados pelo conteúdo”. Seu objetivo era mostrar que a linguagem original de uma mídia convencional, como, por exemplo, o rádio, quando inserida dentro do ambiente digital interagia, naturalmente, com outras linguagens já presentes na Internet. O resultado dessa interação, dizia ele, poderia ser a origem de uma nova linguagem, o que em si já caracterizaria uma inovação comunicacional e permitiria definir melhor a Internet como uma mídia. Além disso, sua preocupação era a de inserir um elemento social na composição conceitual de convergência ao considerar o papel da interação entre os indivíduos em torno das misturas entre diferentes formatos midiáticos.

Dito isso, a partir dessas considerações feitas pelos autores a respeito do insuficiente aproveitamento das potencialidades multimidiáticas e interativas no início do século, ainda que em casos específicos tais potencialidades não sejam efetivamente realizadas e/ou aproveitadas, há que se reconsiderar alguns apontamentos e rever algumas situações no âmbito da evolução da comunicação do início dos anos 2000 até o contexto atual.

Hoje a situação se reconfigurou a um nível em que as experiências que um indivíduo estabelece, em determinados casos, ao participar da produção e do consumo de produtos midiáticos poderiam remeter à concretização do hipertexto eletrônico em escala global, como mencionava Castells (2003) no início dos anos 2000. As possibilidades de intercâmbio

informacional e do estabelecimento de relações sociais em torno dos conteúdos midiáticos revelam as potencialidades da relação entre mídias antes ditas de massa com a Internet, com a web e com as tecnologias digitais. Receptores hoje podem também atuar como produtores e a liberdade de escolha, navegação e interferência nos conteúdos disponibilizados nas mais diversas mídias confere aos mesmos, muitas vezes, o papel de produtores de conteúdo<sup>62</sup>.

O que acontece, atualmente é uma interligação entre conteúdos televisivos e tecnologias digitais de informação e comunicação, web e Internet. É comum hoje um indivíduo assistir à televisão e ao mesmo tempo interagir com outros indivíduos sobre o conteúdo televisivo através do celular ou de um outro dispositivo conectado à rede, como um *laptop* ou até mesmo um desktop. Percebe-se nesse tipo de comportamento, as interligações possíveis entre diferentes mídias e, como aborda Castells (2003), a concretização de um hipertexto, hoje não mais limitado apenas à web e à navegação por entre os links de suas páginas, mas a apropriação dos indivíduos de conteúdos e ferramentas midiáticas. Hoje, não basta apenas assistir a um programa, é preciso também comentá-lo no Twitter, em redes sociais, em blogs ou no próprio site da emissora que disponibiliza conteúdo sobre tal produto midiático, originalmente televisivo, em outros canais de comunicação. A interatividade, dessa forma, se efetiva através do consumo dos conteúdos, o qual se realiza através das interações entre os indivíduos que utilizam diversas ferramentas de comunicação para não apenas receberem o conteúdo, mas comentarem, interagirem acerca do mesmo e, muitas vezes, até mesmo participarem produzindo a partir do mesmo.

#### **2.4. A genealogia do conceito de convergência midiática**

Feito o resgate das origens do conceito de convergência, a abordagem acerca dos princípios que o norteiam e a discussão teórica a partir dos autores que estudam o tema, o presente sub-item busca ilustrar este capítulo com o intuito de fornecer uma compreensão visual da trajetória de pesquisa realizada até o momento no que se refere aos estudos sobre a

---

<sup>62</sup> Em matéria publicada na revista Info Exame, Leal (2010) , destaca a relação do serviço de microblog Twitter com a televisão, para mostrar que, ao mesmo tempo em que assistem conteúdos televisivos, os usuários da ferramenta interagem online acerca dos conteúdos midiáticos que consomem pela televisão. A repórter cita Eric Messa, professor da Fundação Armando Álvares Penteado: Os perfis mais seguidos estão muito relacionados à TV, mas a própria TV ainda não sabe como usá-los”, afirma. Segundo ele, esses comentários sobre a programação da TV mantêm um caráter de entretenimento que era mais comum dois anos antes, quando os usuários ainda marcavam almoços e encontros de confraternização pelo Twitter”.

convergência. Optou-se por nomear o sub-item como genealogia pois esse capítulo se caracteriza como uma ao apresentar as origens e a evolução do conceito de convergência.

A ilustração segue a estrutura do capítulo, de forma que está baseada em três camadas: a primeira com as **origens do conceito**, a segunda com os **princípios norteadores** e a terceira sobre a **discussão** do conceito, dividida a partir de três vertentes conceituais apresentadas no texto de Niström (2007, online). Cada uma dessas vertentes traz os autores citados por ela, e os autores trabalhados no capítulo, que são ligados a essas vertentes através de uma correspondência de cores, e complementados com considerações que extrapolam as abordagens mencionadas pela autora. Essa correspondência é meramente ilustrativa, e foi realizada como uma forma de demonstrar a abrangência da abordagem de cada autor a partir das vertentes identificadas no texto de Niström (2007, online).

## ORIGENS DO CONCEITO



1995  
VIDA DIGITAL

NEGROPONTE, 1978

1993 - TECNOLOGÍAS  
SIN FRONTEIRAS

POOL, 1983

JENKINS, 2006, 2008

## PRINCÍPIOS NORTEADORES

### CONEXÃO

CASTELLS (2003, 2004)

### INTERATIVIDADE/ PARTICIPAÇÃO

LÉVY (1993, 2003)  
DIZARD JR. (2000)  
JENKINS (2006, 2008)  
LÉVY E LEMOS (2010)

### MATERIALIDADE

JENSEN (2010)



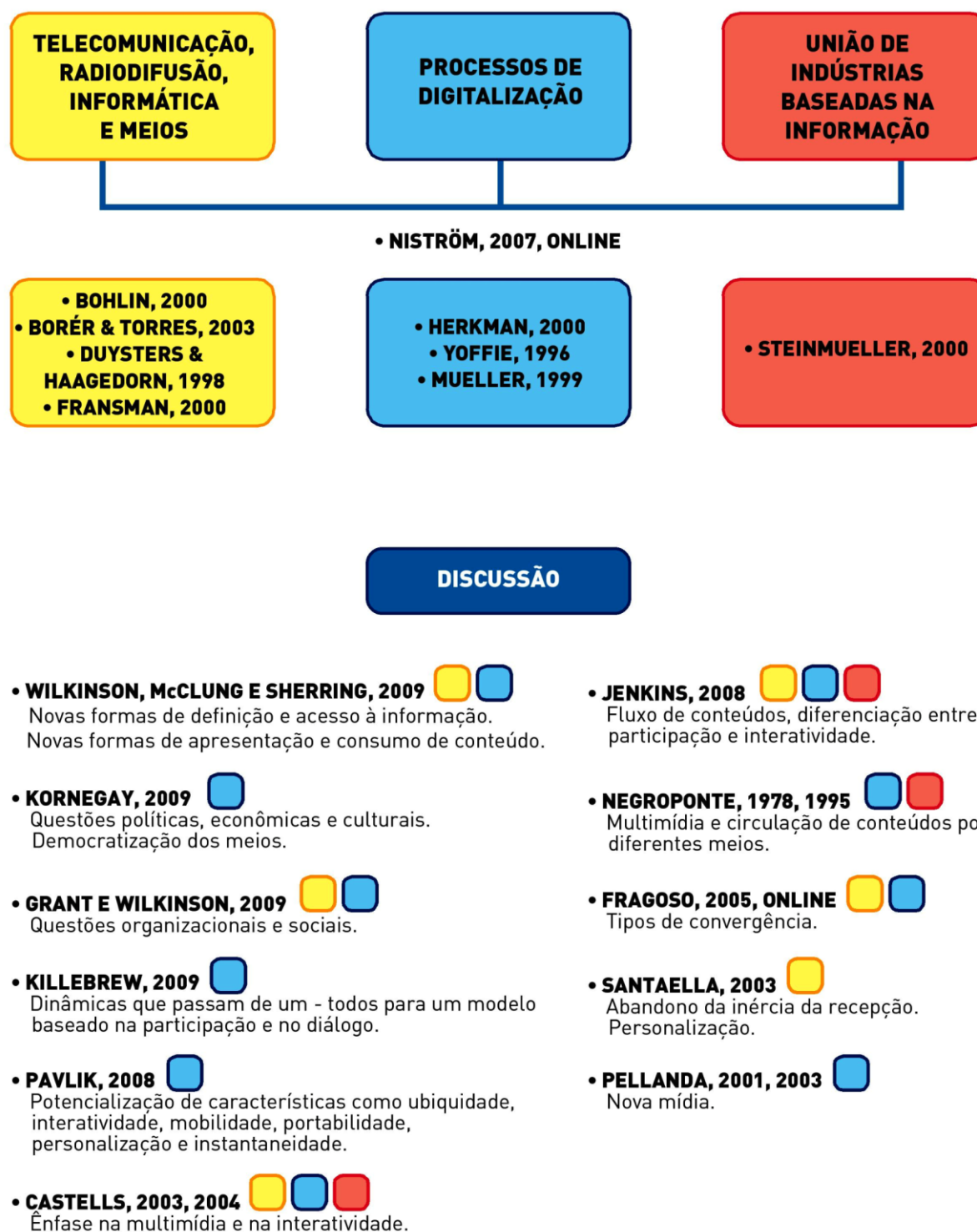


Figura 1: Genealogia do conceito de convergência midiática

Design: Gus Bozzetti.

### **3. CONVERGÊNCIA ENTRE TELEVISÃO E WEB: O DESDOBRAMENTO DO CONCEITO E AS TRANSFORMAÇÕES TÉCNICAS, SOCIAIS E CULTURAIS**

*Da escrita aos instrumentos científicos, chegando aos computadores e às redes eletrônicas, passando pela televisão, nossas mídias condicionam a precisão e o alcance de nossos sentidos, o leque das conexões que podemos manter, o tipo de comunicação que temos com o resto do mundo.*  
Lévy (2003, P. 164)

Esta tese, como já foi esclarecido inicialmente, se constitui em um trabalho teórico, que propõe formular uma solução conceitual para a convergência entre televisão e web de modo a superar o enfoque tecnicista do conceito, ainda que sem desconsiderá-lo, levando em conta aspectos sociais e culturais que envolvem o tema. O objetivo é desdobrar o conceito em categorias analíticas, destacando em cada uma mudanças sociais, culturais e técnicas.

Diante desse empenho de fundo teórico, há que se colocar em foco o valor das teorias que, segundo Santaella (2002), vem da busca de mais do que meras descrições de fenômenos, vem do estabelecimento de leis e princípios capazes de explicar os fatos através da consolidação de relações entre os acontecimentos; da constituição de conceitos e redes conceituais edificadas pelos pesquisadores. Dessa forma, ela relata, são obtidas leis, hipóteses e teorias que permitem a compreensão e a ordenação do universo por meio de explicações, previsões e sistematizações. E é com base nessa valorização que a pesquisa teórica empreendida aqui busca trabalhar com o conceito de convergência, tensionando uma série de definições encontradas no campo da Comunicação. Busca-se assim, não somente ordenar essa variedade de entendimentos, mas compreender esse corpo teórico no intuito de avançar a teoria sobre convergência entre televisão e web, de forma que a categorização do conceito contribua para futuras pesquisas analíticas na área.

A partir desses objetivos metodológicos, toma-se como base as considerações de Fragoso, Recuero e Amaral (2011), que tomam a Internet como artefato cultural. As autoras citam a perspectiva adotada pelo coletivo de pesquisa espanhol *Mediaciones, da Universitat Oberta de Catalunya*, que considera a Internet como uma tecnologia midiática que gera práticas sociais.

A ênfase na abordagem espanhola seria pontuada pela convergência de mídias e a construção dos objetos permitiria “seguir as práticas e os atores sociais” em suas performances, levando em conta não apenas a dimensão simbólica, mas também a dimensão material no qual o campo é definido durante a pesquisa (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, P. 44).

Essa abordagem destaca a dimensão social da Internet ao mesmo tempo em que não desconsidera o elemento técnico presente nos estudos sobre o campo. A socialidade construída através das mídias é o foco, que todavia não desvia sua atenção da materialidade dos dispositivos midiáticos envolvidos nos processos de comunicação estabelecidos.

Convergindo com essa interpretação da Internet como tecnologia, Planells (2002, p. 229) a considera como um conceito que inicialmente faz referência a uma tecnologia determinada, no entanto, destaca o autor, o ponto de partida de uma área de estudo nas ciências sociais e humanas não deve se basear apenas em critérios técnicos, mas também em fatores socioculturais, de maneira que, para ele, a Internet deve ser analisada como um fenômeno social.

É nessa ideia de apropriação técnica, social e cultural das mídias televisão e web que esse trabalho está fundamentado, de forma que ambas as perspectivas apresentadas pelas autoras se mostram adequadas para enquadrá-lo metodologicamente. Entender as práticas socioculturais e suas relações com alterações e apropriações técnicas realizadas pelos indivíduos que circulam na web e também consomem conteúdo televisivo é o caminho que o trabalho realiza para atingir a solução conceitual sobre o fenômeno da convergência midiática entre esses dois meios. Dessa forma, trabalha-se na construção de uma categorização do conceito sem desconsiderar nenhum dos níveis dos quais se propôs verificar alterações em função da convergência. A partir disso, esse capítulo é estruturado em um movimento teórico-epistemológico que busca traçar uma linha evolutiva referente aos estudos sobre convergência entre televisão e web.

### **3.1. Movimento teórico-epistemológico**

O trabalho de pesquisa conceitual pressupõe a recuperação histórica do conceito, através não só da observação da multiplicidade de definições às vezes existentes no corpo teórico reunido, mas também de um trabalho de crítica a ser construído sobre a produção já existente. No caso da convergência, a dialética estabelecida entre os níveis técnico, social e cultural

auxilia na percepção de como o fenômeno circula e causa impacto nesses âmbitos, além de permitir a análise de como a convergência evolui e se modifica ao longo do tempo nas diferentes esferas pelas quais perpassa.

O movimento teórico-epistemológico aqui realizado se baseou na leitura dos autores apresentados nos três capítulos que formam a estrutura dessa tese, sendo que o trabalho tomou como fundamento as argumentações de Kleiman (1989) sobre uma prática metodológica da atividade de leitura. Partindo da premissa da complexidade do processo de leitura, a autora destaca que o mesmo se equipara a tarefas cognitivas como a resolução de problemas, a introdução na mente de uma informação necessária ao indivíduo e a aplicação de um conhecimento a uma situação nova; tudo isso aliado ao engajamento de fatores como a percepção, a atenção e a memória no esforço de conferir sentido ao que se consome através da leitura.

Kleiman (1989) aponta a importância da realização de exercícios de compreensão e interpretação, além da simples manipulação mecanicista de sequências discretas de sentenças para que se depreenda um significado global do texto. A interação entre o autor e o leitor também é levantada em suas considerações, através da observação do quadro referencial levantado pelo autor do texto que se está lendo, de modo que o leitor possa assim refutar e criticar o conteúdo.

O **movimento epistemológico** inicialmente situa a pesquisa sobre convergência midiática entre televisão e web no campo da Comunicação. O objetivo de reconstruir a evolução da ideia de convergência entre as duas mídias, mostrando como o conceito vem sendo trabalhado e apropriado por diferentes autores que se dedicam a analisá-lo visa, além de situar o leitor na história do tema, também apresentar questionamentos acerca da produção teórica sobre o mesmo segundo os três níveis de análise propostos: técnico, social e cultural. Dessa forma, o processo de leitura efetuado nesse estudo partiu de autores que deram início à discussão sobre o conceito de convergência. A recorrência a uma rede de outros nomes que foram sendo levantados a partir não só de pesquisas realizadas pelo campo, mas também através de consultas a referências e citações realizadas em produções já coletadas para a pesquisa, contribuíram para o enriquecimento da bibliografia que constitui esse estudo.

Através dessa busca pelas origens do conceito de convergência, foi possível identificar, nesse movimento epistemológico, uma multiplicidade de ângulos através dos quais o tema pode ser analisado, o que desdobra a pesquisa sobre o fenômeno em diversas vertentes, ampliando

assim o âmbito conceitual. A diferenciação estabelecida por Jenkins (2008) entre interatividade e participação, por exemplo, demonstra a variedade de desdobramentos através dos quais é possível estabelecer objetos e focos de pesquisa sobre convergência. A partir dessa diversidade de abordagens e origens conceituais, o estudo torna-se extremamente amplo e passível de ser encaminhado sob diferentes enfoques, como se pode observar através desse segundo capítulo.

Japiassu (1991, p. 16), em um sentido bem amplo, considera a epistemologia, como “o estudo metódico e reflexivo do saber, de sua organização, de sua formação, de seu desenvolvimento, de seu funcionamento e de seus produtos intelectuais”. Dessa forma, o início desse movimento epistemológico se deu no primeiro capítulo dessa tese com a apresentação de um panorama da evolução tecnológica da televisão. O objetivo foi mapear sua trajetória através de autores que estabelecem periodizações do meio e direcionar o foco desse mapeamento no desenvolvimento da tecnologia e do impacto desse desenvolvimento sobre as práticas sociais, culturais e técnicas em torno da comunicação estabelecida nesse entre produtores e consumidores de conteúdos televisivos. Em seguida, o próximo passo foi identificar nessa evolução aproximações entre a televisão e a web no intuito de perceber as alterações que essas práticas técnicas, sociais e culturais têm sofrido em decorrência da relação de um meio de comunicação originalmente analógico com um digital, a web.

A partir dessa aproximação, iniciou-se um esforço de recuperação da produção teórica sobre convergência com a intenção de questionar a abrangência do conceito e o seu desenvolvimento ao longo do tempo. O resgate da produção teórica sobre o conceito e posteriormente o seu desmembramento em categorias analíticas buscou a complexificação de todas as variáveis que o compõem e que ampliam as possibilidades de análise entre os dois meios estudados a partir dos três níveis verificados. Todo o empenho despendido através das leituras e da construção das categorias analíticas buscou estabelecer relações, verificar autonomias e dependências, visando além da compreensão do conceito, o avanço teórico do mesmo através de sua categorização. Com base nessa complexificação, o cenário que se configura a partir desse levantamento mostra que, atualmente, a produção acadêmica está mais baseada na premissa de que a digitalização é a característica condicionante do processo de convergência, e em alguns casos até mesmo definidora desse.

Quando questionado sobre o que a de novo no conceito, Jenkins (NAVARRO, 2010, ONLINE) explica que há uma “interação crescente entre mídias tradicionais e mídias novas”,

de modo que, segundo o autor, o poder das redes de radiodifusão coexiste com o poder das redes sociais online. Na prática, para o autor, configura-se um momento em que a indústria tenta satisfazer o desejo do público de participar, de forma cada vez mais ativa, dos processos de produção e circulação de conteúdo. Porém, na teoria, o que se percebe é que vários autores ainda não encaram a convergência sob o ponto de vista interacional entre os meios de comunicação e também entre pessoas. Ainda que parte da teoria até o momento produzida não deixe de lado apontamentos sociais e culturais sobre o fenômeno, percebe-se a inconsistência das pesquisas nesse sentido, de modo que o caráter técnico no processo acaba protagonizando os estudos sobre o tema. Há um equívoco teórico no momento em que se prioriza a materialidade dos dispositivos utilizados para o consumo dos conteúdos midiáticos e se deixa em segundo plano os níveis de socialidade e as camadas culturais envolvidas nesse processo de consumo midiático que ocorre em contexto de convergência.

Alguns dos pontos que essa produção permite identificar nesse sentido que privilegia a questão da digitalização, no caso da técnica, em detrimento de questões sociais e culturais, referem-se a crenças como a apontada por Cannito (2010), por exemplo, de que o acesso à Internet possa vir a ocorrer através da televisão, diante do fato de este ser um meio de comunicação presente em quase todas as casas atualmente, ao contrário dos computadores e do acesso à Internet. Percebe-se também inclinações nas abordagens voltadas para as questões comportamentais, que não deixam de se relacionar com essa crença, já que se trata de uma mudança de hábito por parte do consumidor do conteúdo televisivo. Essas questões também perpassam o âmbito da produção, e não se voltam somente para os consumidores. Abordam também temáticas relacionadas com alterações de comportamentos, trocas de papéis e imbricações de linguagens midiáticas, como se pode ver nos estudos de Jensen (2010), Santaella (2003), Fantinatti, (2009) e Chagas (2009), que foram mencionados no primeiro capítulo ao tratarem desses temas. Sobre a circulação de conteúdo e como o consumo se dá através de diversos meios e suportes, também se pode observar a incidência de argumentações a respeito. Nesse sentido, Jensen (2010) fala sobre as trocas de turno e Primo (2008, online) sobre o encadeamento midiático. Em termos epistemológicos, essa crença a respeito da substituição entre os meios acaba permeando algumas pesquisas produzidas no campo e consequentemente fazendo parte de determinadas concepções sobre a convergência.

A ocorrência, ou a possibilidade de, substituição de um meios por outro também é um tópico que permeia as pesquisas realizadas sobre convergência e que suscita diferentes

entendimentos sobre esse tipo de situação. Miller (2009) fala em transformação, pois não acredita na relevância do argumento que coloca televisão e Internet em oposição; Cardoso (2007) utiliza o termo interligação para se referir ao relacionamento que se estabelece entre os dois meios; já Médola (2005, online) apresenta um argumento que vai de encontro a esses autores, baseando-se na migração da televisão para a Internet e Gómez (2011) apoia-se no que chama de transmedialidade para denominar o processo de circulação de um conteúdo por diferentes suportes, porém sem a eliminação de diferentes meios.

No segundo capítulo, através de uma investigação sobre as origens do conceito de convergência midiática, constata-se a existência de muitas definições que se baseiam no componente tecnológico, de acordo com Grant e Wilkinson (2009), por exemplo. Assim, inicialmente, a pesquisa sobre o tema fundamentou-se na tecnologia como o principal elemento do fenômeno e, como se identifica a partir do levantamento bibliográfico realizado, ainda há uma extensa corrente de autores que se baseia nesse caráter técnico para abordar o tema. No entanto, ainda que o fator tecnológico seja excessivamente incorporado nas definições sobre o conceito de convergência, o segundo capítulo buscou demonstrar sua importância nas pesquisas acerca do tema, de modo a acompanhar o objetivo do trabalho de abordar aspectos sociais e culturais sem desprezar o caráter técnico do conceito.

Diante do recorte dessa tese, que foca seus objetivos no âmbito das relações estabelecidas entre televisão e web, esse movimento epistemológico acompanha essa delimitação, de modo que se busca conhecer também a evolução dos estudos referentes às relações entre esses dois meios. Esse movimento permite que se perceba a priorização de aspectos técnicos nas pesquisas sobre convergência de mídias entre televisão e web, a partir de análises de casos específicos, como já foi anteriormente exposto na justificativa dessa tese. Além dessa produção acadêmica ainda ser escassa e recente, observa-se a ausência de estudos de caráter teórico, já que os trabalhos até o momento produzidos detêm-se em objetos específicos, contribuindo pouco para o desenvolvimento da teoria sobre o processo.

A realização de um **movimento teórico** visa mapear a ideia de convergência midiática, resgatando história do conceito ao mesmo tempo em que apresenta as diversas perspectivas sob as quais é estudado. Paviani (2009, p. 45) explica que “a teoria, de um lado, permite a elaboração do conhecimento já produzido e, de outro lado, ela é um apoio para a busca de novos conhecimentos”, de modo que a estrutura proposta por essa pesquisa de caráter conceitual visa

recuperar o conhecimento já produzido sobre o conceito de convergência tendo, no entanto, como propósito a partir dessa recuperação, avançar a partir do que já foi produzido teoricamente.

Com o objetivo de “descrever e ou de explicar os problemas, sistematizar conhecimentos já produzidos”, Paviani (2009, p. 46) acredita na capacidade que a teoria possui de “auxiliar nos atos de descrever e/ou de explicar os fatos, os eventos, os fenômenos do mundo ou daquilo que costumamos chamar realidade”. Para o autor, “a teoria, quase sempre, tem a função de aplicabilidade, isto é, sem ela os fatos individuais e espaço-temporais não podem ser explicados ou interpretados”. Dessa forma, ele analisa, a teoria é mais do que a descrição ou explicação da realidade, pois chega até a sua interpretação. E é dessa maneira que esse movimento teórico rege a pesquisa aqui realizada que se propõe a não apenas expor a abrangência teórica sobre o tema da convergência, mas interpretar essa diversidade conceitual e avançar na discussão propondo a categorização do conceito.

Rey (2005, p. 29) considera a teoria como “a construção de um sistema de representações capaz de articular diferentes categorias entre si e de gerar inteligibilidade sobre o que se pretende conhecer na pesquisa científica”. Sobre os conceitos, Rüdiger (2002) os considera como os meios que estruturam e ou modelam uma investigação e que correspondem ao que se pode propriamente chamar de teoria, de modo que a relação entre a pesquisa conceitual que se pretende com essa tese é dotada desse caráter teórico.

Esse movimento teórico pretende desmembrar o conceito em categorias pelas quais o fenômeno da convergência entre televisão e web deve ser estudado e Paviani (2009, p. 50), ao dizer que a teoria implica o uso de conceitos e categorias, alerta para a necessidade de que esses não sejam confundidos. Ele explica que o conceito é resultado de uma concepção mental, podendo ser expresso numa noção simples, geral ou vaga, ou através de uma determinada definição, ainda que não precise se esgotar em uma única definição. Como se pode observar através do capítulo dois, o conceito de convergência possui uma diversidade extremamente ampla de definições. O autor vai adiante sobre conceito, dizendo que este pode ser visto como um processo em constante recriação, o que também se pode dizer a respeito do conceito de convergência a partir da recuperação da evolução do mesmo realizada também no segundo capítulo. Sobre as categorias, o autor diz que o termo é utilizado para se referir a classe, qualidade, ordem, para classificar pessoas, gêneros, tempo, modo, etc., ressaltando que não deve ser confundido com conceito. No caso do estudo aqui proposto o conceito é



desdobrado em categorias analíticas tendo como intuito de tal ação um detalhamento maior das especificidades do mesmo e da abrangência teórica que cada categoria abarca.

Para a realização desse movimento em busca da definição das categorias, busca-se apoio em Lopes (2003). Com relação ao problema de pesquisa, a autora explica que “essa definição deve vir acompanhada pela elucidação dos conceitos envolvidos”. Isso porque, segundo ela, o problema se caracteriza como um conjunto de proposições que estabelecem relações entre conceitos de elevado nível de abstração, sendo necessária a operacionalização desses conceitos. A definição de tais categorias remete à criação de indicadores que, segundo Lopes (2003, p. 138), são “concreções de cada variável ou dimensão em que foi decomposto o conceito original”. No caso dessa pesquisa, o objetivo é desdobrar o conceito de convergência midiática através dessas categorias, refletindo sobre as âmbitos técnico, social e cultural em cada uma delas.

Dessa forma, decidiu-se por categorizar o conceito pelo fato de divergir-se do entendimento de que apenas a presença de diferentes mídias no ambiente online seja um postulado suficiente para se caracterizar um processo de convergência. A exposição teórica anteriormente apresentada demonstra a necessidade de ampliar a discussão sobre o tema, no intuito de precisar o conceito que tem sido usado de maneira muito abrangente com relação à tecnologia, o que pressupõe a análise de outros fatores para que seja dimensionado de maneira mais completa.

Esse movimento teórico tem início no primeiro capítulo, quando se apresentam as aproximações entre a televisão e a web, porém é no segundo capítulo que se fortalece, passando por uma discussão sobre a importância das ideias de conexão, interatividade e participação em sua constituição para, por fim, amarrar a exposição sobre o tema com uma discussão teórica entre os autores que propõem definições e argumentações sobre o fenômeno envolvendo diferentes enfoques e priorizando aspectos diversos. Esse movimento, além de promover a contraposição entre os autores estudados, busca relacionar os níveis técnico, social e cultural, de acordo com os objetivos inicialmente propostos.

Há que se deixar claro, no entanto, que o objetivo do trabalho não é verificar a ocorrência do processo de convergência entre televisão e web, já que para tal seria necessário um estudo empírico, caráter não incorporado por essa pesquisa. O desmembramento do conceito em categorias visa refletir acerca da pluralidade de seus elementos, analisando cada

um destes a partir dos níveis social, cultural e técnico, com a finalidade de conferir maior precisão ao que vem sendo discutido sobre a convergência entre a televisão e a web.

### **3.2. O desdobramento e suas implicações**

O desdobramento do conceito de convergência entre televisão e web se dá através de sete categorias pelas quais se propõe que o fenômeno seja analisado. Essas categorias foram definidas segundo a realização do movimento teórico-epistemológico efetuado através do levantamento dos principais autores que têm se dedicado ao estudo do tema. Os próximos sub itens apresentam essas categorias e discutem as transformações de níveis técnico, social e cultural em cada uma delas no âmbito da relação entre televisão e web.

#### **3.2.1. Interatividade: o papel das trocas técnicas e sociais no processo de convergência**

As novas formas de interação homem-máquina foram um dos fatores decisivos no que se refere a apropriação social dos computadores, segundo Lemos (2002). Tal afirmação logo de início já traspassa um caráter puramente técnico, ao incorporar no processo de interação entre um ser humano e uma máquina, mas é a partir dessa interação que várias outras foram possibilitadas pelo uso dos computadores, de modo que é possível inferir que implementações técnicas vêm sendo responsáveis, ao longos dos séculos, por transformações sociais e culturais em termos de interatividade. No entanto, o movimento contrário também é verificável, de forma que transformações sociais e culturais também vêm impulsionando o desenvolvimento de novas técnicas que permitem novas formas de interatividade. “The ideia of interactivity derives from the sociological concept of interaction between human agents – face-to-face, but also indirectly at various levels of the social structure”<sup>63</sup> ( JENSEN, 2010, p 53).

Sobre o conceito de interatividade, Jensen (2010) diz que a ideia é hoje frequentemente associada com a computação, mas que deriva do conceito sociológico de interação face a face entre agentes humanos, mas também, indiretamente, de vários níveis da estrutura social. O autor considera que a interatividade se refere ao modo como os usuários de computadores operam essas máquinas de maneira sequencialmente estruturada e que, quando importado para o âmbito

---

<sup>63</sup> Tradução da autora: A ideia de interatividade deriva do conceito sociológico de interação entre agentes humanos – face a face, mas também indiretamente em vários níveis da estrutura social.

dos meios de comunicação, o conceito se torna ambíguo pois pode ser pensado do ponto de vista da interatividade das pessoas com o meio e também entre as pessoas através de um meio, mesclando assim interações de níveis técnico e social. Para superar essa ambiguidade, o autor recorre a Giddens (1984), trazendo os conceitos de agência e estrutura, propondo uma interdependência entre esses dois conceitos com o meio e sugerindo assim três tipos de interatividade decorrentes dessas inter-relações. A *interatividade 1* se refere ao tipo de interatividade estabelecida entre a agência e o meio, quando se clica em um link na web, por exemplo, ou quando se envia uma mensagem através de um serviço de *chat*. Nesse caso, Jensen (2010) explica, a interatividade consiste na escolha de uma determinada ação dentre uma quantidade pré-determinadas de opções. Na *interatividade 2*, as relações estabelecidas se dão entre o meio e a estrutura, ou seja entre o meio e outras instituições, dentro da estrutura social. Nesse caso, percebe-se como a sociedade e a cultura são influenciadas pela tecnologia e vice-versa. Por fim, na *interatividade 3* é estabelecida a relação entre a estrutura social e os interesses individuais dos cidadãos com os interesses nacionais e políticos e com as corporações globais. O exemplo desse tipo de interação é o envolvimento dos cidadãos na democracia política e nos movimentos populares através dos meios da esfera pública.

Para Lemos (2002), a interatividade é interação técnica e interação social, ao mesmo tempo, e ele utiliza o trânsito como exemplo, colocando a interação técnica quando o motorista interage com seu carro, ao dirigir, e a interação social quando ele interage com os outros motoristas. Lemos (2002, p. 118) explica que “a interação acontece em um contexto de comunicação complexo, onde o computador e o usuário são ambos agentes em ação. A interface é esse *ground*, este terreno simbólico onde a interatividade acontece”. Dessa forma, para interagir com outros seres humanos através de um computador, antes de qualquer coisa o homem precisa saber manuseá-lo, por isso Lemos (2002, p. 117) alia a ideia de interatividade com a de interface, afirmando que “a interatividade (a conexão, a conversação) precisa de um ambiente que a proporcione e por isso não podemos defini-la sem a ideia de interface”.

Como pensar então a interface e a interação entre os produtores e os consumidores de conteúdo televisivo e sua relação com a web? Originalmente, a televisão é um meio de comunicação de massa que não permite uma interação direta entre emissores e receptores, de forma que, no atual contexto surgem questões que implicam na reflexão acerca da interatividade estabelecida através do meio. Seriam as cartas, os telefonemas e hoje a própria web as interfaces que possibilitam diferentes tipos de interação entre esses atores? Quando há

interação técnica e quando há interação social em termos de televisão e web, a partir dessa argumentação de Lemos (2002)? Seria a interação técnica aquela que o indivíduo estabelece, por exemplo, com o controle remoto? Seria a interação social aquela que o indivíduo estabelece com outros indivíduos quando conversa sobre o conteúdo consumido na televisão, ou então quando envia um e-mail ou participa de um chat no site da emissora? E o nível cultural dessa interatividade? Qual o impacto dessas interatividades técnica e social no âmbito da cultura estabelecida no consumo da televisão e da web pelos indivíduos?

Utilizando a televisão como exemplo, Lemos (2002, p. 121) menciona outros dois tipos de interação, do tipo analógico digital com a máquina, e do tipo eletrônico digital com o conteúdo televisivo. Assim, ele considera que a interatividade se situa em três níveis, que não são excludentes entre si: técnico analógico mecânico; técnico eletrônico digital, e social. Lemos (2002) considera a interatividade digital como um tipo de relação tecno social e acredita no potencial da tecnologia digital de possibilitar não apenas a interação do indivíduo com o objeto técnico, mas com o conteúdo e também com outros indivíduos, de modo que a classificação proposta pelo autor se encaixa nos níveis técnico e social aqui propostos. Ele não desconsidera o aspecto técnico envolvido nas interações que se estabelecem entre os indivíduos com a televisão, nem mesmo entre os indivíduos entre si através da televisão. O elemento técnico é colocado destaque, quando se trata sobre as interações com a máquina e com o conteúdo, mas não é desconsiderado quando a socialidade é tomada como foco ao se tratar das interações entre os indivíduos através da televisão.

Sobre a interatividade na televisão, Primo (2007, p. 22) diz que “o interesse pelo desenvolvimento da chamada 'tevé interativa' foi, na verdade, o grande detonador da discussão sobre interação mediada tecnologicamente”. O autor explica que, ainda que o objetivo de seu estudo acerca da interação não seja o de estudar a televisão, recuperar parte dessa trajetória é importante em função das repercussões que tem causado nas atuais reflexões sobre a interação mediada por computador.

Resgatando a classificação sobre a evolução tecnológica tecida por Lemos (2002), e aqui já mencionada<sup>64</sup>, Primo (2007) faz uma crítica ao autor dizendo que a relação tecno social mencionada por ele não se configura plenamente nos estudos sobre televisão no atual

---

<sup>64</sup> Vide capítulo 1.

cenário digital. Primo (2007) defende seu ponto de vista com alguns exemplos, como o fato de que a oferta de diversos canais pela TV a cabo garante ao telespectador mais opções, mas lembra que a transmissão das mensagens desses canais acontece através de um fluxo sequencial e unilateral, sem permitir que seus telespectadores manifestem qualquer tipo de opinião e/ou interajam diretamente com os apresentadores dos programas. Para ele, o que se considera como nível mais alto de interação é a simples escolha, por parte do telespectador, entre alternativas previamente disponibilizadas, resumindo-se a interação a reação, além de uma valorização exclusiva da técnica.

A oferta de conteúdo televisivo hoje, e isso já não é novidade, não mais se restringe aos canais de televisão, sejam esses canais abertos ou fechados. Os conteúdos desses canais estão disponíveis online, seja através dos sites oficiais dos próprios canais, seja através de *uploads* realizados pelos telespectadores que inserem esse conteúdo na web. Assim, o telespectador possui, além da televisão, um outro espaço no qual navegar em busca de conteúdo, estabelecendo assim um novo fluxo de pesquisa em busca do que lhe interessa assistir, a qualquer hora, a partir de qualquer lugar.

No Brasil, além das interações no contexto televisivo basearem-se, de acordo com Primo (2007), no uso do controle remoto e a programas *pay-per-view*, o autor considera programas como o *Você Decide*, característicos de uma fase intermediária entre a televisão de caráter unidirecional e um outro formato mais permissivo a relacionamentos interpessoais. No entanto, ele mesmo questiona o nível dessa interatividade, apontando as limitações dos espectadores em escolher entre opções previamente definidas, sem poder manifestar qualquer outro tipo de interferência ou argumentação, no entanto, não menciona a interação do indivíduo com o conteúdo televisivo publicado na web, limitando-se apenas ao suporte televisivo.

Diante dessas considerações acerca da interação via televisão, o objetivo de Primo (2007) é destacar níveis de interatividade, e o autor retoma Williams e suas argumentações sobre sistemas dito interativos.

Em 1975, o autor alertava para necessidade de distinção entre os sistemas interativos e os meramente reativos. Um sistema interativo deveria dar total autonomia ao espectador e viabilizar a resposta criativa e não-prevista da audiência. Por outro lado, nos sistemas reativos 'a extensão de escolhas, tanto em detalhe quanto em amplitude, é predeterminada' (Williams, 1990, p. 139) (PRIMO, 2007, P. 27).

A partir das considerações de Williams, Primo (2007) afirma que a maioria dos recursos tidos como interativos em termos de televisão, são, na verdade reativos, pois se limitam a oferecer opções predeterminadas para os telespectadores. No entanto, Primo (2007) não descarta esse caráter reativo como um tipo de interação. Sua perspectiva sobre interatividade volta-se para o que acontece *entre* os participantes de um processo interativo, seja qual for o nível de interatividade estabelecido em tal processo. Seu objetivo é estudar o relacionamento entre os interagentes sem distinguir o que é ou não interação, mas distinguindo a interação no que se refere ao relacionamento mantido entre os interagentes. A partir da observação desse relacionamento, propõe dois tipos de interação:

...a interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção interativa e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta (PRIMO, 2007, P. 57).

Além dessa diferenciação entre os tipos de interação, Primo (2007) destaca que em muitos dos relacionamentos entre os interagentes a comunicação é estabelecida através não só de um único canal, mas de vários, o que ele chama de *multiinteração*, de modo que podem ocorrer diversas interações simultâneas, tanto reativas quanto mútuas.

No caso da televisão, ao se pensar sua relação com a web se percebe a ocorrência dessas multiinterações quando os consumidores do conteúdo televisivo interagem com esse conteúdo, com os produtores e com outros consumidores através das ferramentas de comunicação digital disponíveis no ambiente online, no caso dos produtos transmidiáticos<sup>65</sup>. Há nesses casos que se perceber que tipos de interação aí se estabelecem: Mútuas? Reativas? Entre produtores e consumidores? Entre consumidores e dispositivos e interfaces? Entre consumidores e conteúdos? Apenas entre consumidores? Certamente múltiplas, assim como o próprio produto.

Enquanto Lemos (2002), para definir os tipos de interatividade, leva em consideração com o que o indivíduo interage, se com uma máquina, com o conteúdo ou com outros indivíduos, e Primo (2007) detêm-se no grau de interatividade estabelecido entre pessoas, meios e dispositivos, Thompson (1998) aborda a questão da interação a partir de critérios

---

<sup>65</sup> De acordo com Jenkins (2008, p. 134), “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo”. O ideal de uma narrativa transmidiática, segundo o autor, é o de que cada meio atue na sua melhor forma, de modo que para que o consumidor do conteúdo entenda e goste da história, não precise consumir todos os produtos de uma mesma franquia elaborados em diversos formatos midiáticos.

como a relação espaço-tempo, as possibilidades de deixas simbólicas, a orientação da atividade e o fato da interação ser dialógica ou monológica. O autor aborda a interação através dos meios de comunicação, tendo a televisão como principal parâmetro, classificando o conceito em interação face a face; interação mediada e interação quase mediada<sup>66</sup>.

<b>Características interativas</b>	<b>Interação face a face</b>	<b>Interação mediada</b>	<b>Quase-interação mediada</b>
Espaço-tempo	Contexto de co-presença; sistema referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Possibilidade de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas
Orientação da atividade	Orientada para outros específicos	Orientada para outros específicos	Orientada para um número indefinido de receptores potenciais
Dialógica/monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica

Quadro 5: Interação através dos meios de comunicação

Fonte: Thompson, 1998, p. 80.

A interação face a face é descrita por Thompson (1998) como aquela que acontece num contexto de co-presença, na qual os participantes compartilham do mesmo referencial de espaço e tempo. Esse tipo de interação possui um caráter dialógico, implicando um fluxo de comunicação bilateral, marcado pelas diversas possibilidades do uso de deixas simbólicas, como gestos, mudanças no tom de voz, expressões faciais, etc.

A interação mediada é aquele tipo de interação que ocorre através de cartas e conversas telefônicas, exemplifica o autor. Trata-se de uma interação estabelecida através do uso de um instrumento técnico capaz de permitir a transmissão de conteúdo a indivíduos situados no tempo e/ou no espaço de maneira remota. Não há o compartilhamento do referencial de tempo e espaço entre os participantes dessa interação, de modo que nenhum dos participantes podem presumir o entendimento de expressões denotativas.

<sup>66</sup> O autor explica que não quer dizer que determinadas situações interativas irão sempre coincidir com um dos três tipos que ele propõe, pois diz que diversas interações diárias mesclam formas diferentes de interação, tendo assim um caráter híbrido. Também afirma que os tipos de interação não se limitam a esses, podendo haver outros.

Por fim, a interação quase-interação mediada é designada por Thompson (1998, p. 79) para se referir as relações sociais estabelecidas via meios de comunicação de massa, e é nesse tipo de interação que ele enquadra a televisão. Para ele, esse tipo de interação “se dissemina no espaço e no tempo”. Ao contrário dos outros dois tipos de interação, na quase-interação mediada o conteúdo, as formas simbólicas são dirigidos para um número indefinido de receptores potenciais, explica o autor. Além disso, ao contrário das duas outras interações, a quase-interação mediada é monológica, sendo o fluxo da comunicação que se estabelece nesse tipo de interação unilateral.

Especificamente sobre a televisão, Thompson (1998, p. 85) afirma que, assim “como todas as formas de interação e quase-interação mediadas, a televisão implica a separação dos contextos de produção e de recepção”, de maneira que a disponibilidade das mensagens transmitidas por esse meio é dilatada no tempo e no espaço. Isso significa que, segundo o autor, ao contrário da interação face a face, na qual os participantes possuem as mesmas coordenadas, na quase-interação televisiva há um diferente conjunto de coordenadas de espaço e tempo que devem ser manejadas pelos receptores do conteúdo televisivo.

Além disso, Thompson (1998) chama a atenção para o caráter monológico da televisão, referindo-se ao seu fluxo de mensagens predominantemente unilateral, característico de todas as formas de quase-interação mediada. O autor não nega algumas possibilidades de intervenção por parte dos receptores, como cartas e telefonemas, por exemplo, mas afirma que, na prática, são poucos os indivíduos que se aproveitam dessas possibilidades.

Para a grande maioria dos receptores a única maneira que eles têm para intervir na quase-interação é na decisão de sintonizar a televisão, de continuar com ela ligada, de prestar algum grau de atenção, de trocar de canal ou de desligá-la quando não tiver nenhum interesse na sua programação (THOMPSON, 1998, P, 89)

Thompson (1998) também aponta como consequência do caráter monológico da televisão a ausência da monitorização reflexiva das respostas alheias na quase-interação televisiva, presente nas interações face a face. Essa ausência de monitorização reflexiva priva, de acordo com o autor, os produtores dos conteúdos do *feedback* contínuo e imediato, causando-lhes preocupação e incerteza quanto à recepção dos conteúdos.



No contexto digital presente, há que se repensar alguns apontamentos feitos por Thompson (1998), quando ele fala do caráter unilateral do fluxo de mensagens televisivas, bem como sobre essa questão da monitorização reflexiva. No atual panorama midiático marcado pelo uso da web por parte dos consumidores de conteúdo televisivo, essas questões são reconfiguradas na medida em que mais e mais consumidores não só atuam no ambiente online produzindo conteúdo como também esse ambiente online passa a ser propício para a televisão, como meio produtor de conteúdo, monitorar a recepção de suas mensagens.

Um exemplo desse monitoramento pode ser observado através do trabalho realizado por Campanella (2010)<sup>67</sup> que observou uma comunidade online de discussão sobre o programa Big Brother Brasil (BBB) formada por um fórum e mais de 25 blogs. Como o autor explica, o Big Brother é um programa *multiplataforma*, já que, na edição brasileira, pode ser acompanhado pela televisão aberta, pelo canal *pay-per-view*, pelo telefone e pela Internet através do site do programa. Campanella (2010) aborda no trabalho a diversidade de leituras possíveis do BBB em função da multiplicidade de plataformas pelas quais o conteúdo circula, além do conteúdo produzido pelos telespectadores no ambiente online.

Nesse sentido, é a reconfiguração do modelo de comunicação passando de um-todos para todos-todos que suscita o repensar de diversas considerações tecidas acerca do fluxo midiático televisivo, e a interatividade sofre um impacto imediato dessa reconfiguração tanto no que se refere a produção, quanto a recepção de conteúdos. Há que se pensar hoje na realização de um processo encadeado de produção de conteúdo que inicia na formulação técnica de produtos midiáticos que potencialmente ofereçam possibilidades interativas aos futuros consumidores desse conteúdo, o que pressupõe a estruturação de um planejamento focado em níveis de interatividade que envolvam produtores, conteúdo e consumidores. O foco desse planejamento já deve estar direcionado para levar em conta modificações de âmbito social e, conseqüentemente, cultural, já que mudanças de comportamento podem ocorrer em função de novas práticas impostas ou decorrentes das maneiras como esses produtos irão circular.

As transformações em relação a interatividade atingem tamanha proporção de modo a chegar ao ponto de que, em tempos de vídeo online, Pavlik (2008, p. 56), considera necessário

---

<sup>67</sup> No dia 21 de janeiro de 2012 a fanpage da Editora Sulina no Facebook anunciou a publicação do livro da tese de Campanella, sob o título “Os Olhos do Grande Irmão: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil”. Fonte: <http://www.facebook.com/pages/Editora-Sulina/106107999453350?sk=wall> Acesso: 24/01/12.

repensar até mesmo a denominação dos receptores de conteúdo. O autor questiona o termo *audiência*, usado para descrever aquele que lia um jornal ou consumia outros tipos de conteúdos de massa, como revistas, livros e filmes. “Audiences suggests a passive receiver of mediated messages”<sup>68</sup>, diz o autor ao clamar pela necessidade de uma alteração na forma de chamar o receptor dos conteúdos midiáticos inseridos no contexto digital, já que, como ele menciona, não apenas mais se assiste a um vídeo, assim como não mais apenas se lê um jornal. Quanto aos receptores, Pavlik (2008, p. 56) é incisivo: “they are no longer passive couch potatoes at least not much of the time”<sup>69</sup>. A sugestão de Pavlik (2008) é pelo uso dos termos usuário e produtor, já que o vídeo tem se tornado um produto mais ativo e interativo.

Video is downloaded, accessed on demand, stored or saved for later viewing, fast-forwarded through, searched, sorted, edited, redistributed, uploaded, clicked on or otherwise manipulated in videogames, and subject to a host of rapidly evolving interactive features. Only occasionally is it just watched# (PAVLIK, 2008, P. 56).<sup>70</sup>

Diante das modificações permitidas pela interatividade são diversas e diferenciadas as possibilidades oferecidas na web. Estas se ampliam em relação ao conteúdo oferecido pela televisão em termos de interatividade, ao menos teoricamente, o que faz com que se questione ainda mais o teor dessa categoria. Nesse sentido, pode-se resgatar a diferenciação que Jenkins (2008) faz entre interatividade e participação.

A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor. Pode-se imaginar os diferentes graus de interatividade possibilitados por diferentes tecnologias de comunicação, desde a televisão, que nos permite mudar de canal, até videogames, que podem permitir aos usuários interferir no universo representado. A participação, por outro lado, é moldada pelos protocolos culturais e sociais. [...] A participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores midiáticos e mais controlada pelos consumidores de mídia (JENKINS, 2008, P. 182, 183).

Jenkins (2008) explica que o computador oferece várias possibilidades de interação com o conteúdo das mídias, enfatizando o caráter técnico da ideia de interatividade; porém destaca o uso cada vez mais intenso da web como forma de participação por parte dos consumidores nos conteúdos midiáticos, formas que muitas vezes não foram autorizadas e previstas pelos

<sup>68</sup> Tradução da autora: Audiências sugere um receptor passivo de mensagens mediadas.

<sup>69</sup> Tradução da autora: Eles já não são mais como parasitas de sofá, pelo menos não a maior parte do tempo.

<sup>70</sup> Tradução da autora: O vídeo é baixado, acessado sob demanda, armazenado ou salvo para visualização posterior, avançado, pesquisado, classificado, editado, redistribuído, transferido, clicado ou, em outros casos, manipulado em videogames, e sujeito a uma série de evoluções rápidas de recursos interativos. Apenas, ocasionalmente, é somente assistido.

produtores desses conteúdos. Assim, afirma que permitir a interação dos consumidores com os conteúdos midiáticos é algo que está em um nível diferente no qual está a permissão para os consumidores participarem na produção e na distribuição desses conteúdos. Essa diferenciação feita pelo autor carrega um caráter fortemente social, pois ainda que dependente de alterações técnicas, interfere na definição do modelo comunicacional que se estabelece a partir no nível de atividade do indivíduo em determinado processo comunicacional, o que conseqüentemente carrega reconfigurações de âmbitos social e cultural.

Dessa forma, fica evidente que, como explica Jensen (2010), a ideia de interatividade tem um papel importante para auxiliar no entendimento da relação entre comunicação e ação, de modo que o autor condiciona o processo de comunicação com a ação do indivíduo, e vice-versa. Segundo ele, toda ação humana pode ser considerada comunicação, assim como toda comunicação é uma forma de ação e toda a comunicação antecipa uma ação. A interatividade se origina dessa interligação entre comunicação e ação e quando Jenkins (2008) fala em participação, pode-se relacionar sua argumentação com esse caráter ativo da interatividade indicado por Jensen (2010) para indicar aqui o entendimento dessa categoria como componente essencial do conceito de convergência midiática.

### **3.2.1.1 A participação e o compartilhamento como subcategorias da interatividade**

Segundo essa diferenciação apresentada por Jenkins (2008) entre interatividade e participação, pela observação da trajetória dos meios de comunicação nesse contexto digital e a partir do desenvolvimento da web e das tecnologias digitais, pode-se considerar a participação como uma subcategoria da interatividade. É fato que sem a interatividade a participação não se concretiza, no entanto, não é imprescindível a ocorrência da participação para que se verifique a efetivação da interatividade. No caso de um produto televisivo, o público pode interagir através do site desse programa, comentando sobre o conteúdo transmitido através de um sistema de *chat* ou um fórum de discussão, por exemplo. Nesse caso, a interatividade se estabelece pela web, entre os indivíduos, acerca de um conteúdo veiculado na televisão. A participação desses indivíduos tem início quando a produção do programa abre canais pelos quais o público pode enviar sugestões sobre o conteúdo desse produto midiático, por exemplo, que poderão vir a ser incorporadas, ou até mesmo quando a

produção monitora o que é comentado e produzido pelo público na web e trabalha com esse conteúdo na condução futura do programa.

A participação nos conteúdos televisivos não é uma novidade trazida pela web e pelas tecnologias digitais de comunicação. O telefone, por exemplo, já possibilitava esse tipo de atividade antes do surgimento da Internet. No entanto, a web e as tecnologias digitais potencializam essa prática ao conferirem mais autonomia aos telespectadores que podem criar canais de participação através de blogs e redes sociais, por exemplo. Coloca-se assim a participação como subcategoria da interatividade por se constatar o aumento das possibilidades que os indivíduos adquirem de participar da elaboração de conteúdos através da web nesse processo de convergência com a televisão.

Diante desse processo de potencialização da participação e de sua configuração como uma subcategoria da interatividade, há também que se abordar a questão do **compartilhamento**. Para tratar da reconfiguração do modelo de comunicação, em função da interatividade que se destaca no contexto atual, Jensen (2010, p. 49) retoma o esquema de comunicação proposto por Lasswell em 1948 (“Who/Says What/In Which Channel/To Whom/With What Effect?”)<sup>71</sup>. O autor propõe a reformulação da questão para “who shares what with whom, in wich processes of interaction?”<sup>72</sup>. Se no modelo de Lasswell a palavra de ordem seria transmissão, hoje se poderia alterar o termo para compartilhamento, de forma que uma aproximação de papéis se estabelece quando emissor e receptor podem desempenhar funções semelhantes no processo de comunicação.

Com essa reformulação, o autor resgata uma distinção entre o primeiro modelo de comunicação, de transmissão, e o segundo, de ritual, proposta por James Carey, em 1975. O modelo de transmissão, explica Jensen (2010, p. 50), é aquele que em que os meios são considerados mecanismos separados da sociedade, que podem ou não produzir efeitos. Já o modelo ritualístico, explica o autor, estabelece que os meios produzem, necessariamente, efeitos, de modo que “communication is a sharing of meaning and a condition of community”<sup>73</sup>. E aqui pode-se recuperar a prática de compartilhamento já mencionada por Murray (2003), que fala sobre as alterações no comportamento do telespectador ao assistir televisão ao mesmo tempo em

---

<sup>71</sup> Tradução da autora: Quem/Diz O que/Em Qual Canal/Para Quem/Com Qual Efeito?

<sup>72</sup> Tradução da autora: quem compartilha o que com quem, em quais processos de interação?

<sup>73</sup> Tradução da autora: Comunicação é um compartilhamento de significado e uma condição de comunidade.

que interage com outras pessoas sobre o conteúdo televisivo na Internet. Essa condição comunitária, que tem impacto direto no nível cultural, é hoje possibilitada pela simultaneidade de uso de diversos meios de comunicação, conferindo legitimidade à reformulação proposta por Jensen (2010) em contraposição ao modelo de Lasswell.

Em um redesenvolvimento do modelo ritualístico, Jensen (2010) cita o trabalho de Newcomb e Hirsch (1983), que propõem um modelo de fórum cultural de comunicação ao colocarem a televisão como o mais popular e acessível meio em uma cultura, entendido como um fórum, no sentido clássico de uma arena de articulações e negociações de interesses comuns. O importante, destaca Jensen (2010), é saber quem pode deliberar acerca dessas articulações e como, ou seja, quem estaria em posição de transmitir o que e para quem dentro de um processo de ritual dentro de um fórum. É a partir dessa linha de raciocínio desse dois modelos, de transmissão e de ritual, que Jensen (2010, p.50) se propõe a pensar os meios digitais, sugerindo que ao invés de achar que as novas mídias teriam poderes suficientes para mudar velhas práticas de comunicação, pelo menos estariam oferecendo uma nova perspectiva sobre os conceitos de transmissão e ritual.

O autor explica que as informações hoje estão acessíveis para as pessoas, assim como as pessoas estão acessíveis para os fornecedores de informação. Assim, ao contrário das mídias analógicas, as mídias digitais permitem que uma massa crítica de pessoas se torne emissora e, na web, os atores sociais se tornem fontes abertas de informações e bancos de dados dinâmicos através dessa possibilidade de compartilhamento de conteúdo. Para melhor ou para pior, afirma Jensen (2010), as tecnologias digitais fazem com que a informação seja hoje acessível e disponível de outra forma, através de novas estruturas de transmissão e ritual.

Da mesma forma que a participação, encara-se o compartilhamento como uma subcategoria da interatividade. Assim como a interatividade permite que os indivíduos possam participar da produção de conteúdo em determinados momentos, através de determinadas ferramentas de comunicação, em alguns casos também podem compartilhar conteúdo, o que não implica na produção ou interferência na condução de um programa televisivo, por exemplo, como pode ocorrer no caso da participação.

O compartilhamento se dá pela troca de informações, de mensagens, de conversações que fluem através não só de canais oficialmente estabelecidos pelos produtores dos produtos

mediáticos, mas pelos canais de comunicação criados pelos consumidores dos conteúdos que circulam pela televisão e pela web, de modo que esse compartilhamento deriva diretamente da interatividade estabelecida entre produtores e consumidores de conteúdos através da web e das tecnologias digitais de comunicação.

No entanto, ainda que percebendo a ocorrência de novas formas de acesso e disponibilização da informação, Jensen (2010) reconhece que as sociedades se perfazem através dos dois modelos, de transmissão e de ritual, sendo o conteúdo transmitido e os rituais os responsáveis por impulsionar as transmissões. Logo, alerta-se para o fato de que assim como determinadas mídias, algumas práticas comunicacionais não são abandonadas, de modo que mesmo que o desenvolvimento das mídias digitais e a ocorrência de novos costumes em torno de novos modos de comunicação se estabeleçam em função dos novos meios, o modelo de transmissão ainda permanece. Ou seja, ao se colocar a participação e o compartilhamento como subcategorias da interatividade o que se pretende destacar é que nem sempre essas práticas se concretizam, pelo fato de que nem todos os indivíduos estão dispostos a participar da produção ou compartilhar conteúdo. No entanto, a atual configuração midiática abre diversos espaços e canais que propiciam comportamentos nesse sentido, de maneira que não se pode ignorar a relevância dessas manifestações.

Teoricamente, as considerações de Jensen (2010) sobre os modelos de transmissão e ritual vão ao encontro do desenvolvimento dos meios digitais, no âmbito da web e das ferramentas de comunicação que se desenvolvem nesse espaço, ou seja, que aproveitam as potencialidades oferecidas por esse espaço, que permitem uma interação em maiores proporções entre o indivíduo e o conteúdo e entre os próprios indivíduos. Porém, ao se pensar na relação da televisão com a web, a interatividade ainda é uma característica extremamente limitada em termos práticos.

O desenvolvimento técnico é visível e cada vez mais ampliado no atual contexto. A interatividade virtualmente proporcionada pelo surgimento contínuo de potencialidades técnicas diversas acompanha esse desenvolvimento. Há, no entanto, que se refletir e se questionar se o amadurecimento social e cultural segue o mesmo ritmo dessa evolução técnica, já que as consequências desse processo de aprimoramento técnico e social refletem na cultura dos indivíduos que se apropriam dessas tecnologias baseadas na interatividade. O

movimento inverso de reflexão também há de ser realizado para que se perceba como a cultura dos indivíduos influencia na apropriação técnica e social dessas tecnologias.

O quadro a seguir resume a abordagem realizada sobre a categoria da interatividade, organizando os autores apresentados de acordo com a maneira com que encaram a ideia, de forma a ilustrar o que foi exposto no item a partir de tipos, critérios e transformações.

<b>Autores</b>	<b>Tipos</b>	<b>Crítérios</b>	<b>Transformações</b>
Thompson (1998)	Interação face a face; Interação mediada e Interação quase mediada.	Relação espaço-tempo, as possibilidades de deixas simbólicas, a orientação da atividade e o fato da interação ser dialógica ou monológica.	Não se aplica.
Lemos (2002)	Social, Analógico-digital, Eletrônico-digital.	Interface como <i>background</i> .	As novas formas de interação homem-máquina permitindo apropriação social dos computadores. Implementações técnicas e transformações sociais e culturais impactando-se mutuamente.
Primo (2007)	Interação mútua e interação reativa.	Classificação baseada no relacionamento mantido entre os interagentes e entre estes e o conteúdo.	<i>Multiinteração</i> .
Pavlik (2008)	Não se aplica.	Não se aplica.	Sobre a utilização do termo <i>audiência</i> . Opção pelos termos <i>produtor</i> e <i>usuário</i> .
Jenkins (2008)	Não se aplica.	Não se aplica.	Diferenciação entre interatividade e participação. Definição das subcategorias <i>participação</i> e <i>compartilhamento</i> .
Jensen (2010)	Interatividade 1 (entre agência e meio) Interatividade 2 (entre estrutura e meio) Interatividade 3 (entre agência e estrutura).	Classificação com base nas interações dos indivíduos com os meios.	Interatividade auxiliando no entendimento da relação entre comunicação e ação.

Quadro 6: Interatividade: o primeiro pressuposto para a convergência

Diante dessas considerações, constata-se a diversidade de tipos e níveis de interatividade que podem se estabelecer nas relações entre televisão e web. As alterações nos modelos de comunicação e a multiplicidade de suportes midiáticos existentes hoje, certamente influenciam nas reconfigurações da ideia de interatividade entre os dois meios e foi o que se buscou expor nesse item. Essas alterações também exercem um importante papel no que se refere a hipertextualidade, categoria diretamente relacionada com os processos de interação, como se poderá perceber no próximo item que irá abordá-la.

### **3.2.2. Hipertextualidade: a importância do link, da não-linearidade e da criação coletiva**

Embora a ideia de hipertexto não tenha nascido com a Internet, a bibliografia sobre o tema recupera manifestações da prática hipertextual desde o século IX, como mencionam Lupton e Miller (1999) quando do surgimento da pontuação, do espaçamento entre as palavras, entre outras evoluções da escrita que possibilitaram a ocorrência de uma prática hipertextual caracterizada pela não-linearidade e pela criação coletiva. No entanto, pretende-se focar aqui a aplicação do hipertexto no que diz respeito a relação estabelecida entre a televisão e a web, de forma que é no âmbito da Internet e das tecnologias digitais de comunicação que a categoria da hipertextualidade será explorada. Toma-se assim, como ponto de partida as considerações sobre o tema traçadas a partir de Bush (1945) e Nelson (1965), quando das proposições de seus sistemas de organização de informação, o Memex<sup>74</sup>, e o Projeto Xanadu<sup>75</sup>, respectivamente.

No contexto digital, a hipertextualidade é tomada como uma forma de organização do conteúdo que se baseia na interconexão das informações. O link é o elemento principal da noção de hipertexto e ocupa o papel central na atividade de conexão entre os conteúdos e na atividade de navegação desempenhada pelos indivíduos. Lévy (1993) e Lemos (2002) fornecem dois conceitos que esclarecem a hipertextualidade no âmbito da Internet e da web.

---

<sup>74</sup> Bush (1945) idealiza a construção do Memex, um aparelho para organização e recuperação de conteúdo através de trilhas associativas, no artigo intitulado *As We May Think*. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/3881/>. Acesso em: 14/01/2012.

<sup>75</sup> O Projeto Xanadu, proposto por Theodor Holm Nelson, em 1965, previa a organização e a recuperação de conteúdos através do hipertexto. Nunca chegou a ser implementado, mas o projeto pode ser visualizado em <http://www.xanadu.org/>. Acesso em: 14/01/2012.



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

Os hipertextos, seja *on-line* (Web) ou *off-line* (CD-Rom), são informações textuais, combinadas com imagens (animadas ou fixas) e sons, organizadas de forma a promover uma leitura (ou navegação) não-linear, baseada em indexações e associações de idéias e conceitos, sob a forma de *links*. Os *links* funcionam como portas virtuais que abrem caminhos para outras informações. O hipertexto é uma obra com várias entradas, onde o leitor/navegador escolhe seu percurso pelos links (LEMONS, 2002, P. 130).

As definições apresentadas por Lévy (1993) e Lemos (2002) são bastante próximas e enfatizam a possibilidade que o hipertexto oferece de conectar diferentes linguagens, bem como característica da não-linearidade como um pressuposto para a concretização de um elemento hipertextual. Ambas as definições apresentam apenas as características técnicas do hipertexto e descrevem as possibilidades operacionais da prática, sem apontar os elementos sociais e culturais decorrentes do uso e da efetivação do hipertexto. Os âmbitos social e cultural da categoria da hipertextualidade se configuram a partir da navegação que os indivíduos realizam nos hipertextos e assim, conseqüentemente, pelo uso da hipertextualidade para estabelecer conexões e navegar por entre diferentes formatos midiáticos.

Seguindo nessa linha descritiva da categoria, para Landow (2006, p. 3) “hypertext denotes an information medium that links verbal and non-verbal information<sup>76</sup>”. O autor recorre a Barthes, quando este define a textualidade ideal, comparando tal definição ao hipertexto dos computadores.

In S/Z, Roland Barthes describes an ideal textuality that precisely matches the which has come to be called *computer hypertext* – text composed of blocks of words (or images) linked electronically by multiple paths, chains, or trails in an openended, perpetually unfinished textuality described by the terms *link*, *node*, *network*, *web* and *path*<sup>77</sup> (LANDOW, 2006, P. 2).

<sup>76</sup> Tradução da autora: hipertexto denota um meio de informação que conecta informações verbais e não verbais.

<sup>77</sup> Tradução da autora: Em S/Z, Roland Barthes descreve uma textualidade ideal que precisamente se adequa com o que vem sendo chamado de hipertexto de computador - texto composto de blocos de palavras (ou imagens) conectados eletronicamente por múltiplos caminhos, elos ou trilhas em uma textualidade aberta e perpetuamente inacabada descrita pelos termos link, nó, rede, teia e caminho.

A multiplicidade de formatos dentro do hipertexto, como destacado nos conceitos acima mencionados, ao contrário do que possa parecer, não é um pressuposto da prática. Ou seja, ao se pensar em termos de mídia, o hipertexto não precisa ser necessariamente multimídia, ainda que assim o possa ser utilizado. O caráter principal da prática hipertextual reside nos links, nas conexões entre os nós do hipertexto, que podem ou não ser de diferentes formatos midiáticos. Os links são como instrumentos de remissão, que conectam as informações umas às outras, levando aquele que navega pelo hipertexto às diversas partes que o compõem. Logo, são os links que definem a hipertextualidade.

Uma outra característica da prática hipertextual é a possibilidade que, originalmente, oferece de criação coletiva, e aqui se pode começar a pensar nos níveis social e cultural da hipertextualidade. Trata-se de uma ideia que vem desde as primeiras idealizações de Bush (1945) e Nelson (1965), quando propunham a possibilidade de comentários nos arquivos armazenados em seus projetos, até chegar na web quando, por exemplo, ocorre a escrita coletiva de um verbete na Wikipedia<sup>78</sup>, podendo ser alterado por qualquer internauta, a qualquer momento; e é nesse sentido que se fala em caráter social e cultural da prática hipertextual, na medida em que o indivíduo exerce um papel ativo na construção de uma rede de links.

Por isso se afirma que já em 1945 se percebe a possibilidade de criação coletiva como algo intrínseco a prática hipertextual, quando Vannevar Bush, em *As We May Think* propõe a construção do Memex. Vinte anos mais tarde, em 1965, inspirado em Bush, Ted Nelson idealiza um dos primeiros sistemas hipertextuais em computadores, o Projeto Xanadu, e cunha o termo hipertexto. A ideia de Nelson era a de um sistema onde os usuários pudessem armazenar documentos de qualquer tamanho e formato, além de inserir comentários nos arquivos do sistema mas até hoje Nelson não conseguiu lançar o seu sistema. Nessa trajetória, antes da popularização de ferramentas como o Blogger<sup>79</sup>, lançado em 1999 e a Wikipedia, lançada em 2001, a publicação de conteúdo hipertextual por qualquer indivíduo não era algo comum. Antes do surgimento e da popularização de ferramentas de publicação de conteúdo de fácil manuseio, somente conhecedores de linguagens de programação conseguiam inserir e alterar hipertextos na web. É então a partir do início dos anos 2000 que esse cenário começa a mudar.

---

<sup>78</sup> <http://www.wikipedia.org>

<sup>79</sup> Sistema de publicação e manutenção de blogs. <http://www.blogger.com>

Diante dessa breve retomada histórica, e também recuperando a afirmação de Castells (2003, p. 165) de que a promessa da multimídia seria a da “emergência de um hipertexto eletrônico numa escala global”, o autor considerava que, no início do século XXI isso ainda não havia se concretizado. Até aquele momento, um sistema de comunicação interativo, de remissão recíproca ainda não existia. Tal afirmação baseava-se no fato de que se havia criado uma imagem material do hipertexto, mas que na verdade, segundo Castells (2003, p. 165), “o hipertexto está dentro de nós, ou antes, está em nossa capacidade interior de recombinação e atribuir sentido dentro de nossas mentes a todos os componentes do hipertexto que estão distribuídos em muitas diferentes esferas de expressão cultural”. Em função de barreiras econômicas e também dificuldades técnicas da época, ele adotava tal posicionamento ao enxergar indivíduos passivos diante do conteúdo disponível no meio online, sem poder interferir na rede hipertextual como um todo.

Hoje em dia a situação é amplamente diferente. Basta retomar as argumentações de Jenkins (2008) acerca do que ele chama de *cultura da convergência* para se perceber que o que os indivíduos hoje fazem com os produtos midiáticos nada mais é do que a tecitura de estruturas hipertextuais. O indivíduo que consome uma série televisiva, por exemplo, pode assistir aos episódios na televisão ou baixá-los na web. Mas ele tem ainda mais opções, consumindo outros produtos midiáticos referentes a esta série, produzidos não só pelos emissores originais, mas pelos seus telespectadores através de blogs, redes sociais e outros espaços online onde é possível publicar conteúdo. Trata-se de alterações comportamentais e de consumo que perpassam os níveis técnico, social e cultural, provocando alterações em todos eles, num movimento interdependente, já que se tratam de modificações de impactos mútuos.

Aproximando-se da ideia de hipertextualidade, Campanella (2010) utiliza a expressão *camadas de leitura* para mostrar como o Big Brother Brasil circula por diferentes plataformas e faz com que seu público navegue por diferentes espaços midiáticos. Os consumidores do programa realizam uma navegação hipertextual por essas plataformas para consumir o programa, que correspondem ao que o autor chama de camadas de leitura. Duas dessas camadas têm o conteúdo distribuído e produzido pela produção do programa, ainda que a interpretação de cada uma dessas visualizações seja diferente por parte de cada consumidor; o canal de TV aberta e o canal *pay-per-view*. A terceira camada, a dos fãs, concretizada na comunidade constituída pelo fórum e pelos blogs, tem um conteúdo produzido independente da produção do programa, de modo que o modelo comunicacional aqui já é alterado pelas possibilidades

oferecidas por um outro meio de comunicação que não a televisão e pela interferência dos consumidores do conteúdo televisivo, que não são os produtores diretos desse conteúdo.

Há nesse sentido, um caráter hipertextual no caso do Big Brother Brasil, em função dessas camadas de leitura, não só pelas possibilidades de consumo do programa através de diferentes plataformas, mas pela produção de conteúdo de forma coletiva acerca do programa em outros suportes midiáticos. Essa produção paralela também pode influenciar na condução do programa por parte dos produtores, não necessariamente, mas é uma possibilidade que fica aberta a esses produtores. Além disso, expandem-se as vias de consumo do programa para outros telespectadores que podem buscar conteúdo extra em comunidades como essa analisada por Campanella (2010) e a partir do conhecimento desses espaços paralelos também passarão a interagir com outros fãs e a produzir conteúdo sobre o programa.

As possibilidades se expandem para produtores e consumidores do programa, que vêm reconfiguradas diferentes práticas de produção e consumo desse conteúdo midiático. As transformações perpassam os níveis técnicos, social e cultural na medida em que os espaços de atuação de ambas as partes se expandem e os usos e as apropriações dos mesmos se perfazem no decorrer dos processos de produção, circulação e consumo do conteúdo. No caso da hipertextualidade, a expansão dessas possibilidades parece ainda ser maximizada em função da liberdade de escolha proporcionada pela característica da não-linearidade que a prática oferece, ampliando ainda mais a quantidade de escolhas disponíveis a quem navega pelos links estabelecidos entre as mídias pelas quais um programa circula.

Ainda utilizando a análise de Campanella (2010) sobre o Big Brother como um exemplo de programa televisivo que circula por múltiplas plataformas e refletindo sobre a questão da hipertextualidade no âmbito da convergência a partir dessa ilustração, o autor recorre a Tincknell e Raghuram (2002) para abordar a existência de nódulos textuais representada pela multiplicidade de plataformas pelas quais o programa circula. Os autores explicam que o programa pode ser acessado e operado por diferentes lugares, de modo que não se constitui em um único texto, no entanto, também não é constituído de textos diferentes e fragmentados. Trata-se, na verdade, de uma combinação de nódulos textuais que não se limitam a um programa de televisão. Campanella (2010) explica que essa combinação dificulta a definição do programa e de qual é o seu texto midiático. Tem-se aí uma multiplicidade de textos no sentido da hipertextualidade através das plataformas nas quais o

Big Brother, e outros programas que funcionam no mesmo esquema, transitam, de modo que, ainda que não haja uma fragmentação do texto, há uma pluralidade de textos em função da diversidade de interpretações possibilitada pela multiplicidade de plataformas.

Nesse sentido, resgata-se aqui a classificação proposta por Santaella (2004) de três tipos de leitores<sup>80</sup> a partir da evolução dos suportes e estruturas para o texto escrito. Sem tomar como base os tipos de linguagens, processos de signos, suportes ou canais que veiculam as mensagens, a autora fundamenta-se nas habilidades sensoriais, perceptivas e cognitivas envolvidas no processo de leitura e que configuram os modelos cognitivos de leitor que propõe. Aqui toma-se tais modelos para pensar como os indivíduos hoje consomem os conteúdos que circulam pela televisão e pela web num contexto de convergência dentro dessa categoria de hipertextualidade, a partir do leitor imersivo que, segundo a autora, começa a surgir “nos nossos espaços incorpóreos da virtualidade” (SANTAELLA, 2004, P. 19).

Santaella (2004) aponta o primeiro tipo de leitor como o *leitor contemplativo, mediativo*, pertencente a era do livro impresso e praticante de uma leitura silenciosa, em um espaço privado íntimo, no qual se realiza a possibilidade de uma leitura despreendida de circunstâncias externas. O segundo tipo de leitor é o *leitor movente, fragmentado*, que se origina junto com o jornal, tendo que se adequar a novos ritmos, passando de um estado fixo para um estado móvel. O terceiro tipo de leitor, que aqui mais se aproxima com a atual situação dos indivíduos que participam de um contexto de convergência entre televisão e web é o *leitor imersivo, virtual*, que possui mais liberdade de escolha, podendo definir diferentes rotas e direções de leitura, aproximando-se assim da noção de não-linearidade do hipertexto.

...um leitor que navega numa tela, programando leituras, num universo de signos evanescentes e eternamente disponíveis, contanto que não se perca a rota que leva a eles. Não é mais tampouco um leitor contemplativo que segue as seqüências de um texto, virando páginas, manuseando volumes, percorrendo com passos lentos a biblioteca, mas um leitor em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multissequencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, vídeo, etc. (SANTAELLA, 2004, P. 33).

Esse leitor imersivo é um leitor ativo, que navega pelas conexões estabelecidas por outros indivíduos ou até por ele mesmo, que participa ou não do estabelecimento dessas

---

<sup>80</sup> A classificação dos tipos de leitores proposta por Santaella (2004) é transposta aqui para as relações de convergência entre produtores e consumidores de conteúdos que circulam pela televisão e pela web.

conexões e que reconfigura essa trama hipertextual através da interatividade que estabelece através de processos de comunicação dos quais participa em um contexto de convergência quando da produção e do consumo de conteúdos que circulam na televisão e na web. É por entre diversos textos – e no caso não apenas textos escritos – que os indivíduos, sob esse caráter de leitor imersivo proposto por Santaella (2004), navegam de forma hipertextual pelas tramas estabelecidas entre o conteúdo que perpassa televisão e web.

Diante dessas considerações, também é pertinente retomar nesse momento, o conceito de intertextualidade para tratar sobre a hipertextualidade como categoria do conceito de convergência. Jensen (2010) realiza essa discussão ao recuperar uma argumentação de Stanley Fish (1979) sobre a existência virtual dos textos nas mentes dos leitores e sobre a prática desses leitores de lidarem uns com os outros sobre os textos como comunidades interpretativas. Jensen (2010) considera o pensamento de Fish provocativo, quando ele tenta desconstruir a ideia tradicional de que os textos estão inseridos nas humanidades como objetos de análise e interpretação delimitadas, normalmente considerados como uma obra de arte única, de acordo com a concepção de Walter Benjamin, dotados de um aura. Jensen (2010, p. 89) diz que as considerações de Fish radicalizam a redefinição do significado dos textos e das informações como estruturas relacionais que haviam se firmado na semiótica, e também na cibernética, do século XX: “readers and others communicators have a stake in, and could be considered a part of the text, along with its explicit or implicit cross-references to other texts”<sup>81</sup>; e por “textos”, Jensen (2010) faz questão de destacar que pode-se entender qualquer formato de comunicação, incluindo imagens, conversações e artefatos<sup>82</sup>.

Considerando essa abordagem de Fish e levando em conta o apontamento de Jensen (2010) sobre a participação dos indivíduos na realização do que ele chama de textos, mas que tem um significado mais abrangente, a ideia de intertextualidade certamente se relaciona com o entendimento que Jenkins (2008, p. 28) faz de convergência, como o processo que “ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”, assim como também com o entendimento de Santaella (2004) da prática estabelecida pelo leitor imersivo no ciberespaço ao navegar por diferentes textos, estabelecendo conexões e interpretações próprias a

---

<sup>81</sup> Tradução da autora: Comunicadores e outros leitores têm participação e poderiam ser considerados uma parte do texto, juntamente com o suas explícitas ou implícitas referências cruzadas para outros textos.

<sup>82</sup> Jensen (2002) compreende a intertextualidade, com base em Fisk (1987) como o modelo de como o significado textual é produzido e circula dentro de uma sociedade. Já o hipertexto é entendido por Jensen (2002) como a forma de se linkar os elementos de uma mensagem de uma comunicação mediada por computador. O link é considerado pelo autor como uma intertextualidade operacionalizada.

partir desses caminhos trilhados. As conexões que são incentivados a fazer entre conteúdos midiáticos dispersos são esse tipo de prática intertextual que menciona Jensen (2010).

Da mesma forma, quando Campanella (2010, p. 19) resgata o conceito de *leitura preferencial* de Stuart Hall (1980) para falar sobre a diferença no grau de mediação dos acontecimentos na casa do Big Brother, também se pode pensar em hipertextualidade. O autor explica que em cada uma das plataformas pelas quais o programa é consumido, tem-se um tipo de compreensão por parte do consumidor, ou seja, essa compreensão não pode ser dissociada da mídia, ou da combinação de mídias, utilizada pelo indivíduo no momento em que consome o programa. “A partir do momento em que cada plataforma carrega sua própria leitura preferencial, o BBB deixa de ser visto como um texto único, para se tornar uma espécie de “guarda-chuva” de diferentes leituras preferenciais”, e aqui toma-se as considerações de Campanella (2010) como uma espécie de hipertexto que o consumidor do BBB faz através dessas diferentes plataformas midiáticas.

O que as teorias da intertextualidade reforçam é que a transitoriedade dos textos se destaca, em contraste com a transcendência de qualquer conteúdo ou forma, aponta Jensen (2010), de forma que o sentido dos textos não se perfaz sozinho, mas no relacionamento com outros textos. Hoje, isso se perfaz através de características como a hipertextualidade e a multimídia permitidas pelas tecnologias digitais e realizadas pelos indivíduos que interconectam os conteúdos televisivos com os conteúdos publicados na web, ambos referentes a um mesmo produto midiático que circula pelos dois meios.

A contribuição mais importante nesse sentido, segundo Jensen (2010), foi de Mikhail Bakhtin, de que os textos adquirem significado a partir de sua inserção em redes de outros textos. Segundo Jensen (2010, p. 89) “Texts are momentary manifestations of a general textuality; texts selectively articulate a cultural heritage. A culture could be understood as the most complex instance of intertextuality”<sup>83</sup>. Essa linha de argumentação, de acordo com Jensen (2010), por um lado sugere que todos os textos, e por consequência todos os atos de comunicação, são criados da mesma forma, ao menos hipoteticamente. A tarefa da pesquisa, segundo o autor, seria demonstrar como cada texto, com suas origens e trajetórias específicas

---

<sup>83</sup> Tradução da autora: Os textos são manifestações momentâneas de uma textualidade em geral; textos seletivamente articulam uma herança cultural. A cultura pode ser entendida como o exemplo mais complexo de intertextualidade.

são inseridos em padrões culturais e estruturas sociais. Por outro lado, prossegue Jensen (2010), os estudos intertextuais, ironicamente, tem olhado para inter relações entre uma pequena e seleta categoria de textos, identificando uma larga variedade de referências implícitas e explícitas e outros textos. O impressionante disso, destaca o autor, é que os estudos intertextuais não têm dado atenção empírica aos leitores e às audiências desses textos e, segundo Jensen (2010), “they are the interpretative agents who establish the links between the nodes of textual networks”<sup>84</sup>. É como se hoje não se estivesse dando atenção às audiências que fazem as interconexões entre os conteúdos midiáticos que circulam pela televisão e pela web, no caso aqui estudado. Sem olhar para a atividade desses indivíduos, ou melhor, sem a atividade desses indivíduos, a intertextualidade seria praticamente nula. No caso de produtos multiplataforma, a intertextualidade se dá a partir da interdependência entre as categorias aqui analisadas, que legitimam o caráter da convergência midiática e se realizam a partir da atividade dos indivíduos em diferentes suportes midiáticos. A atividade desses indivíduos em diferentes plataformas é que garante a intertextualidade que depende não só de aspectos técnicos para se concretizar, mas de agenciamentos sociais e culturais que circulam nesse espaço comunicacional múltiplo.

Com as tecnologias digitais, Jensen (2010) afirma que a intertextualidade se transformou em um conjunto operacional e explícito de estruturas, que ele chega a chamar de hipertextualidade, caracterizado pelo uso de links que conectam os textos e aplicações mediados por computador, assim como já se havia mencionado. Para Jensen (2010, p. 91) “links make explicit, retrievable, and modifiable what might have remained a more or less random association in mind of either sender or receiver”. A web é o exemplo mais claro desse hipertexto multimodal que demonstra a tecitura de todos esses textos nessa rede mundial, e para ele, a web é o ponto de acesso para diversos tipos de funcionalidades comunicativas, ou seja, para uma diversidade de maneiras de comunicação.

Assim, ao atuar como a escrita da web, o hipertexto define a sua estrutura e, dessa forma, interfere na maneira como o conteúdo televisivo tem se relacionado com este meio. Em termos técnicos, essa relação é pautada pela prática hipertextual, que serve como um instrumento de conexão entre os dois meios, permitindo o acesso e a circulação de conteúdo entre produtores e consumidores que acessam ambos.

---

<sup>84</sup> Tradução da autora: eles são os agentes interpretativos que estabelecem os links entre os nós das redes textuais.



As características de escrita coletiva e não-linearidade, mencionadas no início desse item, referem-se aos níveis social e cultural da categoria da hipertextualidade, pois abrangem aspectos que dizem respeito ao comportamento assumido pelos indivíduos na realização de atividades hipertextuais. Da mesma forma, ideias como as de camadas de leitura (CAMPANELLA, 2010) e intertextualidade apontadas ao longo dessa categoria foram destacadas no intuito de demonstrar o quanto a atividade desempenhada pelos indivíduos no consumo de conteúdos midiáticos, a partir de práticas hipertextuais, influenciam na ocorrência de processos de convergência midiática. O estabelecimento de links e a navegação não-linear por diversos conteúdos que circulam na televisão e na web, e podem ser visualizados através de diferentes suportes midiáticos, compõem o conceito de convergência que permite a interligação entre os diferentes meios. Através das conexões que se configuram entre os dois espaços midiáticos, a hipertextualidade permite aos indivíduos, produtores ou consumidores, transitarem por entre o fluxo de conteúdos que se constitui como resultado dessas interligações, permitindo além dessa navegação possibilidades de multimidialidade – categoria que será explorada a seguir - e interatividade, como se pode constatar através da interdependência que se percebe entre essas três categorias.

O quadro abaixo explicita o que foi apresentado sobre hipertextualidade através de abordagens e características expostas pelos autores aqui elencados.

<b>Autores</b>	<b>Abordagens</b>	<b>Características</b>
Bush (1945)	Memex.	Não linearidade; criação coletiva; possibilidade de multimídia; possibilidade de multimídia;
Nelson (1965)	Projeto Xanadu.	Não-linearidade; criação coletiva; possibilidade de multimídia; possibilidade de multimídia;
Lévy (1993)	Conjunto de nós ligados por conexões.	Não-linearidade; possibilidade de multimídia.
Lemos (2002)	Informações textuais combinadas com imagens e sons, organizadas de modo a promover uma navegação não-linear.	Não-linearidade; possibilidade de multimídia.
Castells (2003)	Hipertexto eletrônico em escala global.	Não-linearidade; possibilidade de multimídia.
Santaella (2004)	Tipos de leitores (o leitor imersivo).	Não-linearidade; criação coletiva; possibilidade de multimídia.
Landow (2006)	Texto composto de blocos de palavras ou imagens conectados eletronicamente por múltiplos caminhos.	Não-linearidade; possibilidade de multimídia.
Campanella (2010)	Camadas de leitura.	Não-linearidade; criação coletiva; possibilidade de multimídia.
Jensen (2010)	Relação entre hipertextualidade e intertextualidade na configuração do processo de convergência.	Não-linearidade.

Quadro 7: Hipertextualidade: a importância do link, da não-linearidade e da criação coletiva

Frente a essa exposição sobre a categoria da hipertextualidade, há que se atentar também para o fato de que o hipertexto está diretamente relacionado com a categoria da multimídia ao permitir a pronta recuperação dos conteúdos de diferentes mídias através dos links estabelecidos entre os mesmos. Essa característica é potencializada no contexto digital e, dessa forma, deve ser pensada como mais uma categoria do conceito de convergência midiática entre televisão e web.

### 3.2.3. Multimídia: nem caixa mágica nem caixa preta

A discussão original sobre a convergência, de acordo com Kolodzy (2009), sempre se focou na questão tecnológica e, dessa forma, se volta para a categoria da multimídia ao envolver o uso de diversas funcionalidades através de um único suporte ou dispositivo. Há no entanto que se alertar para a diferenciação que deve ser feita entre essas funcionalidades, tendo em vista o fato de que nem todas podem ser consideradas como mídias. A autora menciona Pool (1983), sobre a reunião de diferentes suportes eletrônicos e modos de comunicação em um único sistema, algo na mesma linha da caixa preta proposta por Jenkins (2008), e aponta o iPhone como um exemplo do que hoje já se teria como esse indicativo proposto pelos autores.

This new wave of technological convergence can be found by digging into purses and backpacks and looking in our living rooms and dorm rooms at our information gadgets. The cell phone, personal digital assistant (PDA), digital music player, computer and camera have become a single device. Additionally, telephone companies have worked out deals with news organizations for sending news updates and headlines to cell phone users (KOLODZY, 2009, P. 34)<sup>85</sup>.

A colocação de Kolodzy (2009) parece ir no sentido de que hoje os indivíduos possuem diversas caixas pretas, ao invés de uma, como propunha Pool (1983). A multimídia, nesse caso, circula pelos meios e pode ser acessada através de diversos suportes ou dispositivos, que seriam as tais caixas pretas. Assim, a autora explica que, em um nível, a convergência com base nessa questão tecnológica significa o agrupamento de diferentes dispositivos eletrônicos ou sistemas de entrega de mídia, alterando o equipamento utilizado no intuito de obter ou acessar informação. Para ela, a convergência fundamentada nesse quesito tecnológico levou à apresentação multimídia da informação, de modo que a Internet seria o meio que permite a junção de todas as mídias num único espaço, promovendo um novo modo de expor o conteúdo.

Para falar sobre a categoria da multimídia é importante diferenciar o termo multimídia de hipermídia. Leão (2005, p. 16) lembra que é no final dos anos 80 que se presencia a popularização da palavra multimídia, que pode ter sentidos diferentes, dependendo do contexto no qual é utilizada. Para ela, multimídia significa “a incorporação de

---

<sup>85</sup> Tradução da autora: Essa nova onda de convergência tecnológica pode ser encontrada vasculhando-se em bolsas e mochilas, dando-se uma olhada em salas de estar e dormitórios e em nossos dispositivos de informação. O telefone celular, o assistente pessoal digital (PDA), o tocador digital de música, o computador e a câmera se transformaram em um único dispositivo. Além disso, as companhias telefônicas têm lidado com as empresas jornalísticas para enviar atualizações de notícias e manchetes para usuários de telefones celulares.

informações diversas como som, textos, imagens, vídeos, etc., em uma mesma tecnologia – o computador”. Já a hipermídia, Leão (2005, p. 16) afirma ser “uma tecnologia que engloba recursos do hipertexto e multimídia, permitindo ao usuário a navegação por diversas partes de um aplicativo, na ordem que desejar”.

O consenso em torno do conceito de multimídia segue a linha descrita por Leão (2005) e é possível perceber isso, por exemplo, quando Palacios (2004, online) define, no âmbito do jornalismo online, a multimídia como a “convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som) na narração do fato jornalístico”<sup>86</sup>; ou quando Lévy (1993, p. 25) fala sobre o *princípio da heterogeneidade* do hipertexto, dizendo que “na comunicação, as mensagens são multimídia”, quando numa rede hipertextual são encontradas “imagens, sons, palavras diversas, sensações, modelos, etc.” Há, no entanto, que se apontar o fato de que, de acordo com esse consenso, a multimídia não é necessariamente hipertextual. Lévy (1993) ainda destaca que o processo sociotécnico que permeia esse princípio é capaz de envolver todos os elementos multimidiáticos através de associações.

A ideia de que a multimídia seja entendida como a combinação de vários tipos de linguagem em um único pacote ou suporte não é um entendimento exatamente novo, de acordo com Pavlik e McIntosh (2011). A junção de fotografias com textos, por exemplo, é, para eles, uma prática multimidiática, mas os autores consideram um exemplo melhor a combinação de imagens em movimento com o som, como o filme e o vídeo. Para eles, na era digital, no entanto, há mais oportunidades para o exercício de práticas multimidiáticas, de modo que vídeos podem ser utilizados com textos, áudios ao mesmo tempo em que o indivíduo que consome esse conteúdo escuta uma música ou lê uma informação sobre um determinado conteúdo que está consumindo a partir de um dispositivo midiático.

A multimídia não é considerada aqui como a união de diversas linguagens em um único suporte, como propõem os autores citados na apresentação inicial dessa categoria. O entendimento que se adota nessa pesquisa compreende a multimídia como a reunião de diferentes mídias e não linguagens. O equívoco é bastante comum e muitas vezes a linguagem acaba sendo tomada como sinônimo de mídia. No entanto, essa troca de termos não pode ser desconsiderada nesse momento, tendo em vista a discussão que se pretende apresentar sobre o

---

<sup>86</sup> Para Palacios (2004, online), a digitalização e a circulação da informação por diversas plataformas ocasionam o processo de convergência.

papel da multimídia como uma categoria do conceito de convergência. A ideia vai além da junção de linguagens e formatos, abordando aspectos sociais e culturais que se perfazem paralelo a questões técnicas, complexificando o entendimento dessa categoria dentro do conceito de convergência. Tendo esse esclarecimento consolidado, pode-se então avançar na exposição da categoria.

A multimídia se relaciona de maneira intrínseca com a interatividade no âmbito da relação estabelecida pelo indivíduo com o conteúdo, e por isso, parece ser, inicialmente, uma característica unicamente técnica da comunicação, seja ela no ambiente online ou não, por permitir a interligação de diferentes mídias. No entanto, provoca impactos sociais e também culturais por estar atrelada à interatividade do tipo homem-homem e por ser dinamizada pelas interações dos indivíduos com os conteúdos multimidiáticos e entre si; como se poderá perceber no desenrolar desse item.

É importante também pensar a contextualização do termo no âmbito da mídia. De acordo com Castells (2003, p. 155), foi na década de 90 que a palavra multimídia ganhou destaque nesse meio, diante do “sonho da convergência entre computadores, a Internet e a mídia”. A ideia dessa época era, segundo o autor, a materialização dessa multimídia através de uma caixa mágica que, através de um comando abriria uma janela global para uma multiplicidade infinita de possibilidades comunicativas em diversos formatos: vídeo, áudio e texto. Tem-se aí o conceito de multimídia baseado na reunião de diferentes linguagens em um único suporte, considerado aqui de caráter tecnicista e, dessa forma equivocado, por levar em conta apenas a união de linguagens, e não mídias diversas, em um único suporte.

Já no início dos anos 2000, Castells (2003) afirmava que as experimentações em termos de multimídia não estavam se concretizando, por diversas razões, a maioria delas técnicas e hoje já superadas. Porém, sua argumentação ia mais além, pois ele acreditava que o que não estava ocorrendo era interatividade nessas experimentações, característica que ele considerava chave da verdadeira concepção de multimídia. Novamente, o autor atribui o problema às questões técnicas, como insuficiente largura de banda e baixa capacidade de compressão dos conteúdos; dificuldades hoje também superadas.

Tomando a multimídia nesse sentido – como a reunião de diferentes mídias em um espaço ou ambiente único - há que se pensar sobre a questão da materialidade dos meios de

comunicação, que ocupam um nível intermediário entre as realidades material e imaterial. O argumento é de Jensen (2010) e reside na interligação entre a materialidade dos meios com o acesso que proporcionam a uma variedade de possibilidades atuais e mundos imagináveis. Para ele, no caso da mídia digital, que são programáveis de diferentes maneiras, a realidade pode ser modificada de diferentes formas. Jensen (2010) acredita que é preciso reconsiderar as condições materiais que permitem e restringem a comunicação através de diferentes meios, apesar da flexibilidade das tecnologias digitais que se prestam a determinados usos, e outros não. Esses usos são, além de programáveis, flexíveis e adaptáveis em função das oportunidades de apropriação da técnica que os indivíduos podem aproveitar incorporando funcionalidades e remodelando maneiras de utilização de dispositivos. É dessas apropriações e desvios técnicos que surgem, muitas vezes, novos tipos de comportamentos sociais que acarretam consequências culturais, num movimento interdependente entre esses três níveis. Logo, as materialidades de nível técnico se inter cruzam com aspectos dos níveis social e cultural, num processo recorrente, de forma que não se estabelece uma relação de determinismo entre um nível e outro, em função da diversidade de usos e apropriações das tecnologias.

Sobre usos sociais e apropriações culturais Jensen (2010) cita a prática do envio de mensagens de texto nos celulares, que foi um dos fatores determinantes na difusão dos aparelhos móveis nas duas últimas décadas. A apropriação social, nesse caso, inesperada pelos produtores dos dispositivos, está na troca dessas mensagens entre os usuários dos aparelhos, já que, inicialmente, se pensou apenas no envio das mensagens das operadoras para os assinantes e não na troca de mensagens entre os assinantes. O conteúdo multimídia dentro de um único dispositivo, nesse caso o celular, é então potencializado pela apropriação social da tecnologia, que estabelece assim novas práticas de envio de mensagens através de um dispositivo. Como afirma Jensen (2010), citando Aristóteles, “a material potential had to be actualized in a social form”<sup>87</sup>. A mudança cultural, nesse caso, acontece ao longo dos anos, de modo que atualmente chegou-se ao ponto de já não mais existirem aparelhos que não possuam esse tipo de função.

Ainda a respeito das apropriações sociais e culturais, com relação às potencialidades decorrentes da materialidade dos meios, é possível pensar sobre como essa materialidade é impactada nos três níveis aqui observados. Jensen (2010) afirma que novas tecnologias desenham linhas entre o possível e o impossível em função da materialidade, sem definir,

---

<sup>87</sup> Tradução da autora: Um potencial material deve ser atualizado em uma forma social.

especificamente, o que se pode concretizar, de modo que aplicações sociais devem ser exigidas da materialidade de uma tecnologia, sendo reconhecidas, redesenvolvidas e inventadas culturalmente: “Given the material resources and cultural inventions of different historical epochs, certain forms of expression, representation, and interaction have been possible, others impossible”<sup>88</sup>. Segundo o autor, as condições materiais de comunicação estão fora do controle de qualquer ser humano individualmente, ainda que estejam sendo constantemente socializadas e aculturadas, o que ele chama de “programadas”.

No caso da televisão e da web, o YouTube é um exemplo que demonstra como a apropriação social de uma ferramenta na web foi realizada para a transposição de conteúdo televisivo para o ambiente online. Hoje circulam no site não apenas vídeos caseiros, mas diversas produções televisivas, inseridas na plataformas de vídeos pelos produtores oficiais desse conteúdo, e também pelos próprios telespectadores que, ainda que ilegalmente, captam esse conteúdo de vários canais televisivos e inserem-no na web. A materialidade dos suportes facilita o desenvolvimento desse processo que modifica as práticas de produção e circulação dos vídeos online, na medida em que a diversidade de dispositivos potencializa o crescimento desse tipo de hábito.

Nesse sentido, Montañó e Kilpp (2011, online) enxergam uma dispersão da imagem audiovisual na cultura contemporânea. Para elas, ainda que os usos e as apropriações feitos se concentrem em determinada área com fins específicos, há uma transposição das fronteiras desses conteúdos que permite a conexão de pessoas, tecnologias e imagens. Esse fenômeno, segundo as autoras, pode ser observado em plataformas de compartilhamento de vídeos, por exemplo, onde essas imagens aparecem lado a lado, tornadas afins de acordo com os mais diferentes critérios de proximidade imaginados pelos usuários, que podem ser colecionadores ou não desses conteúdos.

Assim, esse movimento dialético também se apresenta no caso da multimídia, categoria fortemente marcada pela questão da técnica que influencia e é influenciada por questões sociais e culturais. A invenção é remodelada com base no reconhecimento e na apropriação social, de modo que a cultura impulsiona esses processos, mas também se altera em função destes, em caráter interdependente, pautado pelo contexto espaço-temporal.

---

<sup>88</sup> Tradução da autora: Dados os recursos materiais e as invenções culturais de diferentes épocas históricas, certas formas de expressão, representação e interação tem sido possíveis, outras impossíveis.

O movimento que se estabelece é circular, de modo que a técnica não é sempre o fator determinante na evolução social e cultural de uma sociedade. O mesmo acontece quando se trata de multimídia. Ainda que novidades técnicas proporcionem o desenvolvimento de novas práticas socioculturais, a apropriação social dessas técnicas também reformulam-nas, conferindo-lhe novos usos, originalmente não imaginados, e provocando o surgimento de novas maneiras de comunicação – como se pode perceber, por exemplo com o movimento que se estabeleceu em 2011 e se denominou de primavera árabe<sup>89</sup>. A multimídia inicialmente apresenta um caráter essencialmente técnico, mas permite apropriações que remodelam mecanismos operacionais a partir de interações sociais e hábitos culturais adquiridos ao longo do tempo, a partir de adaptações da técnica feitas pelos indivíduos.

No início dos anos 2000, Castells (2003) avaliou o comportamento dos indivíduos diante das opções multimídia da época e afirmou que as pessoas não usavam a Internet como fonte de entretenimento. Com exceção de uma parcela de pessoas que usavam a Rede para a prática de jogos online, o autor afirmava que a prática majoritária era consumir a televisão e o vídeo como entretenimento, o rádio como companheiro e a Internet para pesquisa de conteúdos. Ainda assim, Castells (2003, p 160) arriscou o palpite:

Pode ser que, no fim das contas, bandas mais largas se difundam em todos os domínios da vida, a tecnologia da compressão resolva alguns dos problemas de transmissão, e as pessoas finalmente se dêem conta de todas as maravilhosas oportunidades oferecidas por nosso ambiente digital.

Hoje há diversos exemplos de uso da Internet e suas possibilidades multimídia não apenas como entretenimento, mas como fonte de outras atividades diárias, em âmbitos profissional e pessoal. No início dos anos 2000, o autor já mostrava alguns exemplos afirmando que “o que a tecnologia tem de maravilhoso é que as pessoas acabam fazendo com ela algo diferente daquilo para que foram originalmente criadas” - e percebe-se aí o argumento de Jensen (2010) acima citado em relação a materialidade dos meios e a exploração de suas possibilidades técnicas decorrentes de apropriações sociais.

---

<sup>89</sup> Conjunto de manifestações e protestos que vêm ocorrendo no Oriente Médio e no Norte da África desde 2010, com revoluções na Tunísia, Egito, Líbia, entre outros países. Os protestos envolvem técnicas de resistência civil e campanhas de mobilização organizadas através de redes sociais como Facebook, Twitter e Youtube.



Castells (2003) menciona a tecnologia do *streaming*<sup>90</sup> como possibilidade multimídia aliada a interatividade quando se vê o uso de sites que permitem a utilizam e oferecem, além dessa tecnologia, espaços de *chats* para que os indivíduos possam interagir através de texto simultaneamente à veiculação de um conteúdo de áudio ou vídeo. O autor também comenta sobre a evolução dos jogos online, ainda em ampla expansão, mostrando como as possibilidades multimídia desses jogos se misturam com a interatividade que cada vez mais proporcionam aos jogadores praticarem em rede, trocando assim informações sobre suas ações no jogo e descobrindo novas jogabilidades através dessas interações.

O rádio também é dado como exemplo por Castells (2003), mostrando como as emissoras tem se preocupado em transmitir pela Internet e também se fazerem presentes na Rede. Em uma análise sobre o consumo de rádio pelo público jovem, Cardoso (2010, p. 19) afirma que “o jovem de hoje faz parte de uma geração que cresceu com o computador e com a internet. Logo, imaginar qualquer tipo de relação sem o intermédio dessa ferramenta é algo praticamente impossível”. Essa afirmação demonstra não só a questão multimídia da inserção do áudio no ambiente online, mas também das relações que se estabelecem entre diversos meios para o consumo do conteúdo midiático produzido pelo rádio, além da interatividade proporcionada pela web quando desse consumo<sup>91</sup>.

Não se trata apenas da produção de conteúdo em formato multimídia, mas do próprio consumo que hoje não fica apenas num único meio de comunicação, nem mesmo se contenta com um único formato. No caso da televisão, pensando tecnicamente, poderia-se considerá-la um meio originalmente multimídia, já que agrega o áudio e o visual, misturando imagens de diferentes formatos com o som. No entanto, seria uma constatação extremamente limitada e equivocada, já que, nesse caso, a união se dá apenas no nível das linguagens. Além disso, trata-se de um entendimento tecnicista. A multimídia da televisão hoje extrapola o próprio meio, e o que é pertinente aqui perceber é como essa multimídia da televisão se estabelece em relação com a web e como a produção, a circulação e a recepção de conteúdos midiáticos televisivos têm se alterado em função das possibilidades que se abrem nas esferas da produção e do consumo e na

---

<sup>90</sup> Transmissão de conteúdo em tempo real na Internet.

<sup>91</sup> Consul (2010), em estudo sobre as interações estabelecidas entre os ouvintes e comunicadores de uma rádio através do Twitter, afirma que os avanços da Internet e as formas de se comunicar online abrem possibilidades para novos canais de relacionamento entre locutor e ouvinte, dividindo a atenção do público para diferentes formas de interação. Em sua pesquisa, Consul (2010) chegou a porcentagem de 79% de ouvintes que se comunicam com uma rádio através do Twitter, vindo em seguida, respectivamente, o uso de MSN (26%), SMS (24%), e-mail (21%) e telefone (1%).

circulação dos conteúdos por espaços que extrapolam a tela da televisão e perpassam por outras telas, de computadores, celulares e outros dispositivos de comunicação digital.

Dessa forma, enxerga-se dois lados do conceito de multimídia, o técnico e o social, sendo que este último está diretamente relacionado com a característica da interatividade. A cultura interfere e é influenciada por esses dois níveis ao se relacionar diretamente com os hábitos e o comportamento dos indivíduos no uso e no manuseio da diversidade de dispositivos e funcionalidades, bem como pelas possibilidades interativas que proporcionam. Novamente, o movimento que se percebe entre os três níveis é dialético. A multimídia se define como a reunião de diferentes mídias em um único suporte ou ambiente, porém, de acordo com o exposto aqui, pressupõe a interatividade não só do indivíduo com o conteúdo, mas também entre os indivíduos que consomem essa multimídia. Assim, a categoria aborda questões técnicas, mas não deixa de influenciar nos âmbitos cultural e social, pois na medida em que evolui, transforma hábitos e, aliada às possibilidades interativas, interfere diretamente nas relações estabelecidas entre produtores e consumidores de conteúdo. Os hábitos culturais dos indivíduos contribuem, de maneira positiva ou negativa, impedindo ou instigando o progresso do desenvolvimento desses processos técnicos e sociais em termos de multimídia.

A seguir, o quadro ilustra a exposição realizada sobre a categoria da multimedialidade, dividido em abordagens e transformações.

<b>Autores</b>	<b>Abordagens</b>	<b>Transformações</b>
Pool (1983)	Reunião de diferentes suportes eletrônicos e modos de comunicação em um único sistema.	Não se aplica.
Lévy (1993)	As mensagens são multimídia – Princípio da Heterogeneidade.	O processo sociotécnico possibilita associações entre diversos elementos.
Castells (2003)	Convergência entre computadores, internet e mídia.	Evolução de possibilidades técnicas em conjunto com a interatividade entre os indivíduos.
Palacios (2004, online)	Convergência de formatos tradicionais (texto, imagem e som) em um mesmo espaço.	A digitalização e a circulação da informação por diversas plataformas ocasionam o processo de convergência.
Leão (2005)	Multimídia como junção de linguagens midiáticas em um único suporte.	Não se aplica.
Jenkins (2008)	Falácia da caixa preta.	Não se aplica.
Kolodzy (2009)	Caixas pretas; junção de diversas mídias em um único espaço/suporte.	A Internet seria o meio que permite a junção de todas as mídias num único espaço, promovendo um novo modo de expor o conteúdo.
Jensen (2010)	Materialidade dos meios: multiplicidade de funções em um único dispositivo.	O conteúdo multimídia é potencializado pela apropriação social da tecnologia.
Pavlik e McIntosh (2011)	Combinação de vários tipos de linguagem em um único pacote ou suporte e consumo de diferentes mídias através de um único dispositivo.	Evolução dos dispositivos permitindo novos hábitos de consumo.
Montaño e Kilpp (2011, online)	Transposição de fronteiras entre conteúdos audiovisuais.	Usos e apropriações da multimídia permitindo a conexão de pessoas, tecnologias e imagens.

Quadro 8: Multimídia: nem caixa mágica, nem caixa preta

A partir das considerações sobre interatividade, hipertextualidade e multimídia e pensadas as possibilidades de interligações e interações realizáveis através dos links e das relações estabelecidas entre os indivíduos através das diferentes mídias, pode-se então refletir sobre a questão do armazenamento.

### 3.2.4. Armazenamento: a configuração de uma memória digital e coletiva

Pensar o armazenamento<sup>92</sup> de informações no ambiente digital também é pensar a memória humana, já que na web busca-se o conteúdo através dos links. Izquierdo (2004, p. 15) explica que “memória é a aquisição, conservação e a evocação das informações”. Os seres humanos estão constantemente realizando associações, recuperando informações através do vasculhamento na memória, a qual não funciona de forma linear, muito menos que nem pastas organizadas em computadores, nem em ordenações alfabéticas, numéricas, categóricas ou temáticas. O pensamento humano é feito de conexões, as lembranças estão sempre relacionadas umas com as outras, interligadas por uma rede de pensamentos que se inter cruzam e que são recuperados de acordo com o contexto em que o indivíduo está inserido no momento em que precisa recuperar alguma informação. Assim, a memória humana é associativa, estabelecida através de conexões, semelhante à memória digital, de modo que o armazenamento de informações no contexto online também se dá através de conexões que se configuram através dos links hipertextuais. Nesse sentido, o funcionamento da memória humana é utilizado aqui como metáfora para se pensar os mecanismos de registro e recuperação de conteúdos que circulam pela televisão e pela web e que dependem de associações para as atividades de registro e recuperação.

No caso aqui em estudo, especificamente na relação entre televisão e web, é importante pensar sobre a questão do armazenamento no momento em que conteúdos produzidos originalmente para determinados meios de comunicação passam a circular em outros. Nesse sentido, o registro e a recuperação desse conteúdo se caracterizam como uma memória em movimento, registrada em diferentes espaços e manuseada não só pelos produtores originários do conteúdo, mas também pelos consumidores que possuem um papel ativo na dinamização dessa memória por diferentes suportes. Originalmente, o processo de armazenamento dos conteúdos da televisão era bem mais estático, limitado aos arquivos da emissora, reunidos em depósitos fixos e restritos a um determinado número de pessoas. Ainda que o conteúdo televisivo pudesse ser gravado pelo público em suportes como o VHS e, posteriormente o DVD, é na web que a memória televisiva extrapola as paredes dos prédios da emissora e das gravações caseiras e ganha mais possibilidades de ser manipulada por uma maior quantidade de indivíduos. O conteúdo da televisão passa a ser publicado na web não apenas pelos seus

---

<sup>92</sup> Decidiu-se pelo termo “armazenamento” para se intitular essa categoria, porém, ao longo do texto desse item a utilização do termo “memória” é realizada com a mesma intenção, de se referir às práticas de registro e recuperação de conteúdo.

produtores originários, mas também por seus consumidores, que tratam de relacionar diferentes produtos midiáticos, interagir em torno desses produtos e, dessa forma, promover a constituição de uma memória em constante movimento, já que pode ser alterada a qualquer momento, por qualquer indivíduo com acesso à web.

Assim, quanto aos níveis aqui estipulados, a movimentação dessa memória dinamiza, ao mesmo tempo, questões técnicas, sociais e culturais já que, a partir de determinadas técnicas, as apropriações e os usos sociais determinam e configuram hábitos culturais de armazenamento, organização e recuperação de informação, e vice versa. Ferramentas diversas permitem diferentes maneiras de se registrar informação, bem como o comportamento dos indivíduos em torno dessas memórias influencia nos usos dessas ferramentas.

Rösney (2006) diz que existem vários tipos de memória, mas que ao se focar nas tecnologias digitais, é possível considerar a existência de *memória implícita* e de *memória explícita*. A memória explícita, para o autor, é o conjunto de informações armazenadas em bases de dados, podendo ser recuperada através de mecanismos de busca, e ele cita a Internet como um sistema que permite o esquecimento e a recuperação de dados a qualquer momento, de acordo com a necessidade ou a vontade. Já a memória implícita, esta se autoconstrói e o autor fornece como exemplo o caso de um link na web que quando criado se constitui em uma via de acesso, um link implícito de memória.

Verifica-se assim a relação da categoria do armazenamento com a hipertextualidade, de modo que os links são fundamentais na constituição de uma memória em âmbito digital. Estabelecer e/ou recuperar informações no ambiente online, ou seja, criar e/ou recuperar informação, são atividades intrinsecamente hipertextuais.

Os links, para Rösney (2006), permitem a intercomunicabilidade, que é a possibilidade de se poder passar de uma coisa a outra através de um clique, algo absolutamente próximo, senão semelhante, com a característica da hipertextualidade. A união dessa possibilidade com o fato de as pessoas poderem interagir e intercriar no ambiente online é o que o autor considera como fator favorecedor da formação de uma memória coletiva e também de uma integração cultural através da rede. As possibilidades de criação coletiva, no caso da web através da prática da hipertextualidade, de conectar as informações através dos links, junto com as interações que ocorrem em torno dessa criação conjunta, geram essa memória coletiva e ao mesmo tempo

ativa, segundo Rösney (2006, p. 45), que “se cria e se recria sem cessar, que constitui um estoque [...], é reavaliado e permite não só que se acrescentem conhecimentos aos que já se têm, mas também nos permite saber como gerenciar o que se sabe”.

Assim, através da liberdade de intervenção na elaboração dessa rede hipertextual na web, das conexões que formam essa rede e de seu contínuo enriquecimento e gerenciamento feito pelos próprios usuários da web, que entre si interagem na realização dessas ações, é que, segundo a autora, os indivíduos podem ter acesso a uma memória digital coletiva e dinâmica, que está em constante aperfeiçoamento na medida em que todos podem contribuir para a sua formação (AQUINO, 2008). No caso da relação entre a televisão e a web, já foram mencionados aqui exemplos de compartilhamento de conteúdo que ilustram a constituição dessa memória digital coletiva e dinâmica como, por exemplo, o caso do YouTube e de usuários que interagem em torno de canais específicos dentro do site, inserindo vídeos e dialogando através dos comentários a respeito dos conteúdos postados, além de relacionarem esses vídeos através de *tags* e palavras-chave que utilizam para etiquetar esses conteúdos e assim estabelecer conexões entre os mesmos. A publicação do conteúdo de um canal de televisão no site da emissora vinculado com a disponibilização de ferramentas que permitam a comunicação entre produtores e consumidores de conteúdo em torno do conteúdo publicado no site também são práticas que configuram um exemplo de como uma memória digital pode se tornar dinâmica e movimentada em ambos os espaços midiáticos pelos quais o conteúdo circula.

Logo, percebe-se que é a memória implícita que confere movimento à memória explícita. As informações estão registradas em bases de dados e são as conexões estabelecidas pelos indivíduos entre as informações que alteram essas bases, reconfigurando-as num ritmo contínuo na medida em que a hipertextualidade como um todo é alterada a cada novo link estabelecido; por isso a interdependência entre as categorias de armazenamento e hipertextualidade.

Mitchell (2006) chama a atenção para o papel das práticas de gravação, de acesso às informações e do como fazer uso dessas gravações através das tecnologias digitais para a transformação de uma memória estática em uma memória viva, e aqui relaciona-se essa ideia de memória viva com a ideia de fluxo que se estabelece num contexto de convergência midiática. Trata-se de pensar em como a memória é produzida, distribuída ou disponibilizada, acessada e consumida pelos indivíduos. Por isso ele fala na transformação de algo estático em algo vivo, de algo fixo para algo em movimento, assim como os conteúdos midiáticos hoje

circulam por diferentes suportes e veículos, como no caso da televisão e da web. Para ele, é importante perceber como a informação têm sido colocada no mundo digital e como os indivíduos estão interagindo com e entre si e fazendo uso dessa informação.

A hipertextualidade novamente entra em jogo quando se fala sobre essa transformação da memória estática para uma memória viva, em movimento. Os indivíduos, através de interações com os conteúdos, e entre si, praticam a hipertextualidade, reconfigurando a estrutura dos conteúdos midiáticos e, conseqüentemente, movimentando o armazenamento desses conteúdos. Tem-se aí a mistura da técnica com a socialidade e a transformação das práticas culturais. Para que essa memória entre em movimento é necessário não apenas a técnica adequada para tal, mas a apropriação social da mesma, de maneira a consolidar na cultura de um determinado grupo de indivíduos o hábito de contribuir para a movimentação das conexões de um conjunto de lembranças que formam a memória desse grupo.

Kerckhove (2006) é outro autor que aborda a questão da memória, a partir de um raciocínio que decorre da hipótese de substituição da comunicação de massa pela comunicação através de formas interativas, que surgem com as tecnologias digitais. Ele não crê que um modelo de comunicação vá substituir o outro, pois acredita que a mídia de massa ainda possui um papel importante que é o de fornecer uma dimensão social coletiva sobre o que acontece no mundo, nas e para as comunidades, sejam elas mais ou menos longínquas. A capacidade de interpelação e de interação dos indivíduos com as novas tecnologias, segundo o autor, é o que vai permitir uma espécie de superação do fenômeno da alienação, segundo ele ainda existente sobre alguns indivíduos, em termos de comunicação de massa. De alguma forma, já se percebe alterações nesse sentido, diante do que Jenkins (2008) considera como cultura da convergência e o papel desempenhado pelos consumidores de produtos midiáticos.

Na verdade, o que ele considera como esta superação decorre de três fatores. Primeiro a modificação do lugar do conhecimento e do tratamento da informação, que deixa o corpo do indivíduo para se situar no exterior, na tela – e hoje é possível falar em diversas telas, na medida em que o conteúdo midiático circula por diversos aparelhos. Em segundo, a tela permite a disposição do conjunto da informação televisual clássica através de uma relação individual com o público, ou seja, através dos dispositivos digitais a consciência migra do interior para o exterior do cérebro. Por fim, esses dispositivos e a Internet permitem que o tratamento da informação seja, ao mesmo tempo, individualizado, quando da relação com a tela, e conectivizado, em função da

dimensão coletiva e relacional que a Rede e as novas tecnologias instauram. Kerckhove (2006) utiliza o termo *conectivizado* ao invés de *coletivizado* justamente para salientar que mesmo com a grande quantidade de informação que a forma, a Rede possibilita através dos links a conexão de um ponto a outro com grande precisão, ou seja, o estabelecimento de uma memória digital em constante movimento, como já se havia dito anteriormente; e aqui novamente se visualiza pela conexão da memória com a hipertextualidade.

O autor acredita que, ao contrário da televisão, que opera de forma generalizada, a Internet, através desta precisão em função das conexões, confere ao indivíduo um maior controle, sendo então uma mídia ao mesmo tempo conectiva, coletiva e individual. Dessa forma, a memória, para ele, jamais seria algo adquirido, estático e imóvel, mas sim um processo de criação e reconstituição infinito no qual os sistemas de comunicação possuem um papel ativo. As relações entre televisão e web já demonstram isso através do fluxo de conteúdos que se estabelece entre os dois meios e das práticas hipertextuais e de interatividade que se estabelecem pelas diversas ferramentas que permitem o estabelecimento desse fluxo e, conseqüentemente, a constituição e a dinamização da memória nesses meios. Nesse caso, trata-se de uma memória que não se limita a um ou outro meio, mas que circula por ambos; podendo iniciar em qualquer um dos meios e por ambos perpassar ao longo de sua existência, a partir da movimentação engendrada por seus produtores e consumidores.

Além das questões sobre como o armazenamento é realizado e movimentado nas relações entre televisão e web, é importante pensar em como recuperar a memória que se estabelece. Lévy (2006, p. 272) destaca a necessidade de saber encontrar uma informação no contexto digital: “o sistema de localização das informações e o caminho de acesso resultam mais importantes do que o estoque de informações, ao que parece, garantido e disponível”. Para o autor, o uso dos procedimentos técnicos que permitem a prática hipertextual e assim, a conexão dos registros através dos links e a interação entre os indivíduos é o que permite a formação de uma memória digital. Na medida em que “cada um cria seus diferentes laços, um trajeto de conhecimento, de lembranças e de reminiscências e, este conjunto pode se tornar público” o autor afirma que os processos de troca em torno do conhecimento pelos indivíduos é o que auxilia na busca pela informação.

Essa busca é potencializada através da atividade dos indivíduos, tanto produtores quanto consumidores de conteúdos, que hoje, através da hipertextualidade e da interatividade, podem criar artifícios que facilitam a constituição dessa memória e sua recuperação com o uso de *tags*,



esquemas de linkagem baseados em palavras-chave, sistemas de arquivo e ferramentas de *social bookmarking*<sup>93</sup> que aliam funcionalidades de registro com compartilhamento de conteúdo. Assim, trata-se de práticas que acarretam transformações de nível técnico, já que são incorporadas novas ferramentas e funcionalidades no processo de constituição da memória, além de reconfigurações sociais que se referem a participação dos indivíduos nos processos de elaboração e dinamização dessa memória pelas atividades realizadas a partir do uso de ferramentas e sistemas diversos de armazenamento e recuperação de conteúdos. As alterações no nível cultural ocorrem pelas mudanças de comportamento adotadas pelos indivíduos na forma como passam a lidar com as possibilidades de constituição e recuperação da memória nos diversos espaços pelos quais circulam os conteúdos midiáticos, bem como devido às funcionalidades oferecidas pelos sistemas e ferramentas que permitem o arquivamento e a dinamização dessa memória.

Abaixo, o quadro ilustra as considerações realizadas nesse item sobre a categoria do armazenamento através dos tipos de memória classificados por alguns autores e algumas transformações que outros observam a partir do estudo do tema.

---

<sup>93</sup> *Social Bookmarking*: sistema de organização de favoritos online de modo a facilitar o acesso e compartilhamento através do uso de *tags* (etiquetas).

<b>Autores</b>	<b>Tipos</b>	<b>Transformações</b>
Rösnyay (2006)	Memória implícita (dinâmica - links na web) e Memória explícita (estática - conjunto de informações em bases de dados).	Web permitindo esquecimento e recuperação de dados a qualquer momento. Intercomunicabilidade (links).
Mitchell (2006)	Não se aplica.	Acesso e uso de práticas de gravação para a transformação de uma memória estática em uma memória viva
Kerckhove (2006)	Conectivização: conexão da memória com a hipertextualidade	Hipótese de substituição da comunicação de massa pela comunicação através de formas interativas, que surgem com as tecnologias digitais.
Lévy (2006)	Hipertexto, conexão e interação permitem a formação de uma memória digital.	A importância de saber recuperar informação no contexto digital.
Aquino (2008)	Memória digital coletiva e dinâmica.	Dinamização através da intervenção dos indivíduos na rede hipertextual da web.

Quadro 9: Armazenamento: a configuração de uma memória digital e coletiva

O armazenamento, assim como as outras categorias já expostas, relaciona os níveis técnico, social e cultural ao mobilizar a conexão entre a televisão e a web através de novas formas de registro e recuperação de conteúdos que circulam nesses meios e que são mobilizados pelos indivíduos que os produzem e consomem a partir de diversos formatos e dispositivos que permitem o registro de uma memória que assim se constitui como dinâmica. A partir do que foi exposto, percebe-se também a interdependência que a categoria possui com outras que já foram aqui mencionadas, de modo que também se relaciona com outras categorias que ainda serão apresentadas a seguir.

### **3.2.5. Mobilidade: a convergência em movimento**

Definindo a mobilidade como “o movimento do corpo entre espaços, entre localidades, entre espaços privados e públicos” Lemos (2004, online) afirma que da interface entre mobilidade, espaço físico e ciberespaço surgem novas práticas do espaço urbano.

...em pleno século XXI, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (*laptops, palms*, celulares), o que está em marcha é a fase da computação ubíqua, pervasiva e senciente, insistindo na mobilidade. Estamos na era da conexão. [...] Na era da conexão, do CCm, a rede transforma-se em um “ambiente” generalizado de conexão, envolvendo o usuário em plena mobilidade (LEMOS, 2004, ONLINE) .

O autor utiliza o termo fusão para falar sobre o surgimento de práticas híbridas entre o espaço físico e o espaço eletrônico. Na sua opinião, “essa nova configuração vai disseminar práticas de nomadismo tecnológico onde as tecnologias tornam-se cada vez mais pervasivas, transparentes e ubíquas”.

Essa onipresença das tecnologias móveis faz com que o nível técnico ganhe ênfase na categoria da mobilidade, visto que são determinados dispositivos que potencializam a mobilização do indivíduo pelo espaço urbano, que impulsionam a reconfiguração de práticas comunicacionais de produção e consumo de conteúdos midiáticos em contexto de movimento. Mas essa ênfase, ao contrário do que se pode inferir inicialmente, não é marcada por um entendimento baseado em termos de determinismo tecnológico. Ainda que a mobilidade esteja fortemente atrelada ao desenvolvimento dos dispositivos técnicos que muitas vezes podem determinar o surgimento de novas, ou a reconfiguração de, práticas sociais e culturais, o contrário também pode ocorrer. Há que se pensar no surgimento de novos aparelhos técnicos em função da demanda oriunda de comportamentos sociais e culturais, de modo que, não há predominância de um nível sobre o outro<sup>94</sup>.

Uma crise de paradigma em função da “defasagem entre a aceleração dos movimentos dos meios de transporte da informação e a dos movimentos dos sujeitos da informação” foi o que ocorreu, segundo Montañó e Kilpp (2011, online), pelo fato de o transporte de informação ter adquirido mais velocidade do que o trânsito dos corpos. “Depois da TV via satélite, a rede mundial de computadores terminou invertendo a noção que se tinha de viagem e distância a ser percorrida”, afirmam as autoras ao se referirem ao fato de que hoje as informações estão disponíveis instantaneamente em (quase) qualquer ponto do planeta, enquanto que as pessoas, ainda que possam se movimentar através de modernos meios de transporte, ainda são mais lentas do que a informação. Elas apontam que o movimento feito pela informação e principalmente

---

<sup>94</sup> Jensen (2010) segue a mesma linha de pensamento de Lemos (2004, online) e considera que os meios digitais estão cada vez mais ubíquos, fazendo informações e pessoas acessíveis a qualquer momento, em qualquer lugar. Ao mesmo tempo, esses meios digitais são pervasivos, integrados a artefatos e objetos comuns, a ambientes naturais e culturais, chegando até mesmo a não serem reconhecidos como mídia, por estarem hoje embutidos em outros objetos, sendo assim considerados como forças materiais.

pelos redes conectadas pela Internet é responsável pela configuração de um trânsito que difere do transporte; trata-se de um “movimento pós-territorial”, que não mais se caracteriza como geográfico, mas como um fluxo (MONTAÑO E KILPP, 2011, ONLINE APUD FELICE, 2009).

Desse movimento, elas afirmam, surge uma nova forma de habitar que não pressupõe um território, nem uma geografia para residir, ou seja, referem-se ao contexto de mobilidade, que conseqüentemente também gera novas formas de produção e consumo de conteúdos midiáticos. Elas citam comportamentos realizados em sites de compartilhamento de vídeos, as ações de interligação efetuadas entre os conteúdos publicados nesses ambientes e sugerem que esse tipo de plataforma ocasiona trânsitos que convidam os indivíduos a realizarem um movimento pós-territorial, assim entrando nesse fluxo. Nesse sentido, alterações não apenas no nível social podem ser verificadas pelas possibilidades de participação e compartilhamento, mas alterações culturais pelo fato de que os comportamentos de consumo se modificam em função de práticas novas decorrentes da constituição desse fluxo estabelecido a partir desse movimento pós-territorial.

É nesse contexto de mobilidade que esse fluxo é impulsionado pelo desenvolvimento da computação sem fio, da popularização dos celulares, das redes de acesso à Internet sem fio e das redes caseiras com a tecnologia *bluetooth*. Todas essas tecnologias implicam em “transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação”, e a afirmação de Lemos (2004, online) tem elementos suficientes para justificar a inserção da mobilidade como uma categoria de análise nessa pesquisa. Logo, esse item pretende discorrer acerca dessa categoria como componente do conceito de convergência midiática.

No início dos anos 2000, um cenário como este ainda não estava completamente delineado, mas hoje vive-se uma era da conexão, com uma maior diversidade de dispositivos tecnológicos que permitem o acesso a Internet a partir de qualquer lugar, seja gratuitamente, no caso de redes de acesso Wi-Fi abertas, seja no modo pago, através das redes 3G. Além disso, tanto o acesso a essas redes como aos próprios dispositivos tecnológicos que permitem adentrá-las têm seus custos diminuídos e, caso o usuário não seja um aficionado por tecnologia e se contente com aparelhos que não os *tops* de linha desse mercado, pode-se dizer que uma considerável parcela da população está utilizando esses aparatos para se conectar a partir de qualquer lugar, a qualquer momento<sup>95</sup>. Trata-se, nesse sentido, de uma mudança cultural em termos de apropriação

---

<sup>95</sup> Segundo dados da Anatel, o Brasil fechou o ano com 242,231 milhões de acessos na telefonia móvel. Dados disponibilizados em matéria veiculada na Zero Hora impressa do dia 22 de janeiro de 2012.

de uma nova tecnologia, no caso específico do telefone celular, para o estabelecimento de práticas comunicacionais que vão além das que podem ser realizadas com um telefone fixo, acarretando assim mudanças no comportamento dos indivíduos nesse contexto de mobilidade.

Em uma abordagem sobre o impacto da comunicação móvel no Brasil, Pellanda (2009, p. 11) sugere que o aumento de conexões em função da tecnologia móvel no país “tem proporcionado diferentes oportunidades e desafios aos hábitos sociais e aos limites entre espaços públicos e privados”. O que ele chama de “acesso *always on*” tem permitido novas formas de distribuição e colaboração de informação dentro de um contexto onde os aparelhos são “hiper-pessoais”, já que, ao contrário dos computadores pessoais, esses aparelhos são usados apenas por uma pessoa. É uma mudança cultural significativa, levando-se em consideração a passagem do uso do telefone analógico e fixo para o uso de um aparelho digital e móvel que permite a realização de uma gama de função muito ampla em relação ao que se podia fazer anteriormente.

Levando-se em conta que o aparato de computação para dentro de casa foi denominado computador pessoal, o dispositivo de computação móvel poderia ser chamado de computador hiper-pessoal. Se em um PC o uso é compartilhado com outros membros da família ou de um escritório, o dispositivo móvel é de uso estritamente individual (PELLANDA, 2006, ONLINE).

Além da personalização desses dispositivos móveis, Pellanda (2009) explica que esses aparelhos vão ficando cada vez mais parecidos com os computadores na medida em que passam a incorporar cada vez mais funções. Diante dessas possibilidades, esses aparelhos também se tornam de grande importância no processo de inclusão digital, destaca o autor.

A voz foi um elemento essencial no início de todo o processo da comunicação móvel no Brasil, pois já possibilitou uma nova comunicação ligando diferentes lugares da cidade. Mas as mensagens de texto, ou SMS, tem rapidamente se tornado a segunda linguagem desta tecnologia, influenciando novas gerações. Com o início dos serviços de compartilhamento de áudio, vídeos e fotos, outras formas de comunicação afloram dessas possibilidades. O acesso à internet começa a ser o próximo canal de expansão da comunicação móvel no país à medida que as redes de telefonia vão se expandindo e os custos começam a baixar com a escala do aumento de usuários (PELLANDA, 2009, P. 12).

Assim, por custarem menos do que um computador pessoal, por exemplo, os celulares acabam se tornando a porta de entrada de muitos indivíduos para a Internet. Ainda que com um pacote de dados de baixo custo, é mais vantajoso para um indivíduo cuja renda é baixa adquirir um celular do que um computador de mesa ou um laptop, mas ainda assim garantir o acesso à

rede. O celular estaria, dessa forma, garantindo o acesso daqueles que ainda não possuem possibilidades financeiras de adquirir um computador e assinar um serviço de conexão.

A inserção do telefone móvel no Brasil é fator de destaque apontado por Silva (2009), que afirma que mesmo com menos de um quarto da intensidade do fenômeno de *web mobile*, o Brasil registra o número de 140 milhões de telefones celulares, além de uma variada gama de serviços nesse setor<sup>96</sup>. Da mesma forma, Pellanda (2009) também ressalta a situação do Brasil que, ainda que com uma grande parte da população vivendo na faixa da miséria, trata-se de um país que adota com força novas tecnologias e culturas digitais. Ele destaca que os usuários além de utilizarem os serviços de voz, também passam, cada vez mais, a utilizar os serviços de dados e o acesso ao ciberespaço, potencializando os usos dos dispositivos.

Toda essa adoção das tecnologias móveis por parte dos brasileiros demonstra a importância que a mobilidade assume nos processos de comunicação. Trata-se de uma característica que não pode ser deixada de lado quando se estuda a relação que se estabelece entre televisão e web e se verifica que o conteúdo de um meio de comunicação originalmente de massa passa a se relacionar com a web e as tecnologias digitais de comunicação. Montañó e Kilpp (2011, online) chamam a atenção para a popularização do uso de dispositivos móveis e produção de conteúdo audiovisual em contexto de mobilidade.

O acesso a ferramentas (hardware e software) para produção de vídeo tem se tornado cada vez mais comum. Os equipamentos de gravação de som e imagem estão se tornando ubíquos, seja por diminuição de custos seja pela incorporação de mecanismos de gravação em equipamentos cujo fim original era outro (como câmeras fotográficas, celulares e computadores móveis). A popularização da conexão de banda larga e as diversas plataformas online gratuitas para publicação, por sua vez, tornaram o acesso a arquivos de conteúdo audiovisual mais simples, barato e veloz que na época da internet discada (MONTAÑO E KILPP, 2011, ONLINE).

Essa popularização, segundo as autoras, no atual estágio da técnica e no âmbito da web, fez com que o audiovisual fosse potencializado pelos usos e apropriações feitos pelos indivíduos, de forma que os conteúdos produzidos passaram a se espalhar por outras mídias, saindo do controle exclusivo de grandes empresas de comunicação. Assim, as reconfigurações perpassam os níveis técnico, social e cultural ao longo do desenvolvimento

---

<sup>96</sup> Segundo dados da Anatel, em 2011 houve um total de 39,287 milhões de novas habilitações, representando um aumento de 19,36% sobre o total de 202,944 milhões de acessos registrados no final de 2010. Em 2011, o Brasil fechou o ano com 242,231 milhões de acessos na telefonia móvel. Dados disponibilizados em matéria veiculada na Zero Hora impressa do dia 22 de janeiro de 2012.

das tecnologias móveis, de forma que o acompanhamento da evolução tecnológica propicia a inserção de novas práticas sociais na vida dos indivíduos que utilizam determinadas tecnologias de forma que uma nova cultura comunicacional se estabelece a partir dos usos que vão sendo criados e recriados, bem como novos dispositivos vão sendo disponibilizados no mercado a partir das necessidades que esses consumidores vão criando na medida em que ampliam seu conhecimento sobre esse tipo de tecnologia.

Além da mobilidade proporcionada pelos dispositivos, a multiplicidade de funções oferecida por esses aparelhos móveis de comunicação digital é outro aspecto que deve ser observado nessa abordagem sobre a mobilidade a respeito da relação entre televisão e web. Essa característica poderia ser considerada como um tipo de multimídia, ainda que estritamente técnica. Tal multimídia funcional permite que os conteúdos midiáticos sejam visualizados em outros suportes que não apenas o dos seus meios originários, como no caso dos conteúdos televisivos que hoje podem ser consumidos através dos celulares, por exemplo. Assim, os conteúdos veiculados na televisão, circulam também na web e podem ser acessados não só através dos computadores, mas também através dos celulares. Trata-se, de certa forma, de um aumento de público e de visibilidade, já que o conteúdo passa a não só estar em espaços múltiplos, mas também a ser acessível a partir de diferentes dispositivos. Feltes (2011) analisa a implantação da televisão digital no celular, e ainda que a modalidade não seja objeto dessa tese, a citação é válida para exemplificar a ocorrência de um novo tipo de experiência. A autora analisa os processos interacionais e o uso do telespectador com o meio e a mensagem na TV digital pelo celular, de forma que reúne em sua análise duas mídias, originalmente analógicas e agora em formato digital, que permitem novas formas de comportamento, para verificar como se dá a recepção dos conteúdos através de um dispositivo móvel.

A mobilidade também influencia na relação entre produtores e consumidores de informação, não apenas em função de questões que envolvem funcionalidades técnicas, mas pelo impacto social e cultural que produz nos processos de comunicação estabelecidos entre os indivíduos. Silva (2009) recorre a Mitchell (2003) para chamar a atenção para o papel da mobilidade no atual contexto comunicacional:

Um outro efeito particularmente poderoso e em combinação com todos estes, é a emergência da mobilidade dos produtores e consumidores de informação. Nós podemos baixar da rede para dispositivos móveis sem fio o que quisermos e na hora que quisermos. Da mesma forma, podemos subir produtos que criamos enquanto estamos em movimento, em deslocamento (MITCHELL APUD SILVA, 2009, P. 71).

Para Silva (2009), tanto produtores quanto consumidores de informação podem estar em movimento, em aspectos físico e informacional, em função das tecnologias móveis, estando assim em situação ubíqua e pervasiva. Dessa forma, a mobilidade influencia não só as esferas de produção, mas consequentemente as de circulação e consumo, já que através de diferentes suportes os indivíduos podem não apenas consumir os conteúdos midiáticos como também responder, instantaneamente, a esses conteúdos, com novas produções.

Outro fator a ser apontado aqui é que a mobilidade alia a instantaneidade aos processos comunicativos e garante essa instantaneidade não apenas na transmissão do conteúdo, mas também no consumo. No caso da televisão, antes das tecnologias móveis digitais o indivíduo precisava estar na frente de um aparelho de televisão para acompanhar uma transmissão ao vivo, o que supunha que ele estivesse em casa ou em outro lugar, mas numa situação fixa. Hoje, com as tecnologias móveis ele acompanha transmissões ao vivo através dos dispositivos móveis, podendo ele também estar em movimento. É a instantaneidade levada ao extremo em função de possibilidades técnicas que permitem a mobilidade dos dispositivos e dos indivíduos.

A questão do lugar das interações deriva diretamente dessa relação entre mobilidade e instantaneidade, e é outro ponto destacado por Pellanda (2006, online). Para ele “com as novas formas de comunicação móvel que começam a se proliferar o lugar da interação do indivíduo muda.” O autor explica que a Internet descentralizou a informação, antes contida apenas em lugares que pressupunham o deslocamento físico. No entanto, ele diz que os espaços físicos não possuem o poder de agregar a socialização unicamente em função da proximidade geográfica e afirma que a tecnologia de comunicação móvel pode alterar as formas de interação entre as pessoas nos espaços públicos. Hoje é possível se comunicar com outras pessoas estando em movimento, ambos os atores de um processo comunicativo podem estabelecer interações em movimento.

Ainda que as possibilidades sejam várias, a mobilidade é uma característica no âmbito da comunicação digital que ainda está em fase embrionária, alerta Pellanda (2006, online) com relação aos modos de interação homem/máquina que pode proporcionar. As situações de uso e as necessidades ainda são distantes das de um computador pessoal, bem como linguagens como a voz e os gestos podem ter papel fundamental nesse contexto, afirma o autor. A interação do



corpo com o aparelho é mais profunda do a que com um computador pessoal, lembra Pellanda (2006, online), além da necessidade de outras interfaces. Ainda mais importante é a afirmação que o autor faz quando diz que “a comunicação móvel é um novo campo de definições e não se pode realizar uma simples transposição de tecnologias”. É essa ideia de transposição que se rebate, desde o início dessa pesquisa, ao se falar em convergência.

No quadro que segue é possível visualizar os autores que foram tratados no que se refere a categoria da mobilidade, de modo que suas considerações foram classificadas em abordagens sobre mobilidade, características e transformações decorrentes de seu desenvolvimento no âmbito da Comunicação.

<b>Autores</b>	<b>Abordagens</b>	<b>Características</b>	<b>Transformações</b>
Lemos (2004, online)	“...o movimento do corpo entre espaços, entre localidades, entre espaços privados e públicos”.	Tecnologias pervasivas, transparentes e ubíquas.	Novas práticas no espaço urbano surgem a partir da interface entre mobilidade, espaço físico e ciberespaço.
Pellanda (2009); Pellanda (2006, online)	Diferentes oportunidades e desafios para os hábitos sociais e limites entre espaços públicos e privados.	Aparelhos hiperpessoais; acesso <i>always on</i> .	Novas formas de distribuição e colaboração de informação; porta de acesso a usuários sem computador; alteração do lugar das interações.
Silva (2009)	Produtores e consumidores de informação em movimento, em aspecto físico e informacional.	Narrativa híbrida, decorrente da conexão entre as mídias de massa e as tecnologias móveis.	Impactos nas esferas de produção, circulação e consumo em função da mobilidade. Novos formatos.
Montaño e Kilpp (2011, online)	Uma crise de paradigma: pessoas em movimento mais lento que a informação.	Movimento pós-territorial que se caracteriza como fluxo.	Novas práticas sociais; transformações na vivência do espaço urbano; novas formas de produção e consumo da informação.

Quadro 10: Mobilidade: a convergência em movimento

A mobilidade implica repensar as formas de produção de conteúdo para um público de consumidores em movimento, apto e disposto a consumir conteúdo a qualquer momento e em qualquer lugar, da mesma forma que está disposto e apto a emitir conteúdo também. O papel que a mobilidade assume em termos de influência na reconfiguração do fluxo midiático entre produtores e consumidores de conteúdos também se relaciona com a próxima categoria a ser abordada, a visibilidade, já que, como já foi mencionado anteriormente, amplia a distribuição dos conteúdos para outros suportes que não apenas de seus meios de comunicação originários.

### **3.2.6. Visibilidade: novas formas e a potencialização pelas tecnologias digitais**

A liberdade de emissão por qualquer indivíduo no ambiente online está relacionada não só com as formas de produção de conteúdo, mas também com as de transmissão, ou seja, ainda que não produza, um indivíduo conectado adquire o poder de repassar, de disseminar, informação e conteúdos através da web. Esse poder de repasse, de disseminação, se relaciona diretamente com a visibilidade das mensagens que circulam pelos meios de comunicação.

Em artigo sobre a relação entre a visibilidade, a subjetividade e a tecnologia, Bruno (2004, online) afirma que a relação entre esses três elementos “ganha novos contornos com as tecnologias comunicacionais contemporâneas”. A partir de uma análise sobre blogs e webcams, “tais tecnologias participam de uma transformação no modo como os indivíduos constituem a si mesmos e modulam sua identidade a partir da relação com o outro, mais especificamente com o ‘olhar’ do outro”, discorre a autora que foca a questão da identidade, mas que aqui é mencionada devido ao destaque que confere visibilidade potencializada pelas tecnologias comunicacionais contemporâneas.

Nesse sentido, Thompson (2008, p. 21) afirma que há hoje “novas formas de visibilidade cujas características específicas variam de um meio para outro – que se diferencia em aspectos essenciais da visibilidade situada da co-presença”. A partir de suas análises sobre como o desenvolvimento e o avanço da mídia foram responsáveis por transformações na natureza da interação social e sob a premissa de que o uso dessas mídias cria novas formas de ação e de interação de acordo com as propriedades distintas específicas de cada meio, o autor explica que uma nova forma de visibilidade mediada se estabelece.

Ao realizar um resgate evolutivo dos meios de comunicação, Thompson (2008) apresenta os tipos de visibilidade em cada momento de suas trajetórias históricas. Utilizando como exemplo de fundo as relações entre visibilidade e poder político, o autor alerta para a lembrança de que antes do surgimento da mídia impressa e de outras mídias, a visibilidade de líderes políticos era dependente, em grande parte, da aparição física dos mesmos, ou seja, em um contexto de co-presença. O desenvolvimento da imprensa e de outras mídias, explica Thompson (2008), permitiu a desvinculação entre a visibilidade e a aparição física dos políticos. O surgimento das mídias eletrônicas, dentre as quais ele destaca o rádio e a televisão, seguiram na mesma tendência, porém o autor identifica que a visibilidade criada por esse tipo de mídia era diferente da visibilidade gerada pela imprensa escrita.

A visibilidade criada pela mídia eletrônica, para Thompson (2008, p. 23), era caracterizada pelo que ele chamou de “simultaneidade desespacializada”, já que pessoas situadas a longas distâncias umas das outras passaram a ter a possibilidade de se fazerem visíveis e ouvidas praticamente no mesmo instante, ainda que sem compartilhar o mesmo âmbito espacial. “O rádio criou a audição mediada, possibilitando a codificação e transmissão da propriedade oral da voz humana para uma grande quantidade de pessoas distantes, enquanto que a televisão possibilitou a gravação e disseminação tanto das referências orais quanto visuais”, considera Thompson (2008, p. 23). Por fim, com o surgimento da Internet e das tecnologias digitais, o autor acredita numa amplificação da importância de novas formas de visibilidade, bem como a complexificação dessas visibilidades. Além de aumentarem o fluxo de conteúdo audiovisual pelas redes de comunicação, Thompson (2008) afirma que elas concederam a liberdade de criação e disseminação de conteúdos a um maior número de indivíduos. Assim, com o surgimento da imprensa escrita, logo se percebeu a impossibilidade de controlar a visibilidade permitida por tal mídia. Hoje, com a Internet e as tecnologias digitais, destaca Thompson (2008), tal controle tornou-se ainda mais difícil.

Um exemplo de como a visibilidade merece atenção quando do estudo sobre a convergência de mídias é o seu papel em sites de rede social. A visibilidade é um dos valores relacionados a esses sites, bem como a maneira com que os atores de uma rede a constroem e a mantêm (RECUERO, 2009). Variações estruturais em torno da visibilidade e do acesso são, de acordo com Boyd e Ellison (2008, online) um dos métodos primários para diferenciar um site de rede social de outro. A própria ideia de site de rede social já traz intrínseca a visibilidade como

elemento, pois, ainda que um usuário de uma rede como o Orkut<sup>97</sup>, por exemplo, limite a visualização de conteúdos de seu perfil a um número restrito de usuários do sistema, somente o fato de esse indivíduo ter decidido fazer parte de um site de rede social já carrega consigo o desejo de visibilidade que ele possui quando cria um perfil.

Dentro de um site de rede social, Recuero (2009) diz que a visibilidade assume o caráter de valor, pois faz com que os nós, no caso os atores de uma rede, sejam mais visíveis. Assim, a visibilidade é responsável pela ampliação de outros valores dentro de uma rede, já que, o indivíduo que possui mais conexões, mais chances tem de acessar e/ou receber conteúdos que circulam dentro da rede, além de obter, segundo Recuero (2009, p. 108) “suporte social quando solicitar”.

Em um estudo sobre capital social no Orkut, Recuero (2006, online) aponta a “visibilidade social” como uma das maiores fontes de competição dentro desse site.

Os usuários competem pela atenção dos demais, seja através da postagem de tópicos, como pelas fotos e conexões. [...] no Orkut, há competição por aparecer em meio a tantos perfis e receber conexões, de modo a tornar-se mais popular. Embora diversos usuários tenham afirmado que não competem pela popularidade, todos concordaram que existem usuários que o fazem. Essa competição dá-se de forma mais sutil, ou seja, através da escolha das fotos que aparecerão para os demais, através do uso de recados e mensagens coloridos. Quando muitas pessoas mandam recados, é preciso destacar-se de alguma forma, de forma a conseguir ser “visto”.

As considerações de Recuero (2006, online) demonstram que essa competição por visibilidade também é impactada pela diversidade de formatos, de modo que os aspectos técnicos do conceito de convergência midiática desempenham uma função determinante na constituição da visibilidade. A multimídia seria, nesse caso, também um fator a ser analisado, no momento em que possibilitada pelo meio online, potencializaria, em determinados casos, a visibilidade.

As novas formas de visibilidade apontadas por Thompson (2008, p. 21), são também moldadas pela configuração de dimensões sensoriais que não são únicas, ou seja, a visualidade, explica o autor, não se efetiva isoladamente, mas geralmente acompanhada da fala ou da escrita, o que ele identifica como “áudio-visual” ou “texto-visual” - e pode-se ter aí novamente a multimídia se relacionando com a visibilidade ao se pensar a convergência entre diferentes mídias, como no caso da relação aqui analisada entre televisão e web.

---

<sup>97</sup> <http://orkut.com>

Dessa forma, o ato de ver nunca consiste em apenas “pura visão”, não é apenas abrir os olhos e captar uma cena, mas um ato sempre acompanhado de “pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas.” Logo, ao se referir a existência de múltiplas dimensões sensoriais, Thompson (2008) se aproxima da ideia de convergência, que se fundamenta no fato de as mídias não existirem, geralmente, sozinhas, mas quase sempre se interligando e se relacionando entre si. Envolvem-se, nesse momento, as características da multimídia, da interatividade e da hipertextualidade, num jogo de combinações em função dos diferentes contatos estabelecidos com o conteúdo e com outros indivíduos em torno dele.

A visibilidade da qual fala Thompson (2008) é potencializada na era da digitalização ao ser impactada não apenas pela pluralidade de meios, tecnologias, suportes e formatos, mas também, e talvez principalmente, pela atuação dos consumidores de conteúdos midiáticos que maximizam a disseminação de tais conteúdos ao redistribuírem as mensagens, ao assumirem a função de produtores de conteúdos não apenas em termos de criação, mas também pelo fato de ampliar sua visibilidade através das ações e relações que estabelecem através da Internet, da web e das tecnologias digitais – hipertextualidade e interatividade reaparecem novamente ligadas com a visibilidade.

Assim, a visibilidade, dentro de um espaço online, é buscada através de diferentes formatos capazes de reproduzir e/ou veicular conteúdos midiáticos que antes circulavam por diferentes meios. Ainda que o caráter dessa constatação seja absolutamente tecnicista, ao se pensar na possibilidade de veiculação de diferentes formatos tendo a web como único suporte, há que se considerar, invariavelmente, a participação dos indivíduos, as interações entre os mesmos em torno desses conteúdos veiculados num único ambiente. O nível social dessas práticas se reconfigura através dessas interações e participações, de modo que uma nova cultura se estabelece a partir da adoção de novos comportamentos que ora buscam e ora proporcionam um *status* de visibilidade (AQUINO, 2010).

Tornar um produto midiático visível hoje em dia é uma atividade que não se restringe a um único meio, aquele no qual ele é veiculado originalmente, mas uma atividade que requer, pode-se dizer, um planejamento de mídia, já que além da televisão, segundo Gómez (2011), o conteúdo pode circular por outros meios, através de outros suportes e até mesmo sob outros formatos.

Este sería el caso de la programación televisiva que se puede ver en internet o a través de la pantalla de la computadora, el celular o en el iPod. Y ha sido el caso del cine, donde las películas se podían y, ahora también los videos, se pueden seguir viendo en el televisor y en internet y en diversos dispositivos de visionado (GÓMEZ, 2011, P. 381)<sup>98</sup>.

Nesse sentido, pode-se pensar em como um produto midiático pode circular por diferentes esferas de produção e consumo, com diferentes níveis de visibilidade.

---

<sup>98</sup> Tradução da autora: Este é o caso da programação televisiva, que pode ser vista na internet ou através da tela do computador, no celular ou no iPod. E já foi o caso do cinema, no qual os filmes podiam, e agora também os vídeos, podem ser vistos na televisão e na internet em diversos dispositivos de visualização.

## ESFERAS MIDIÁTICAS

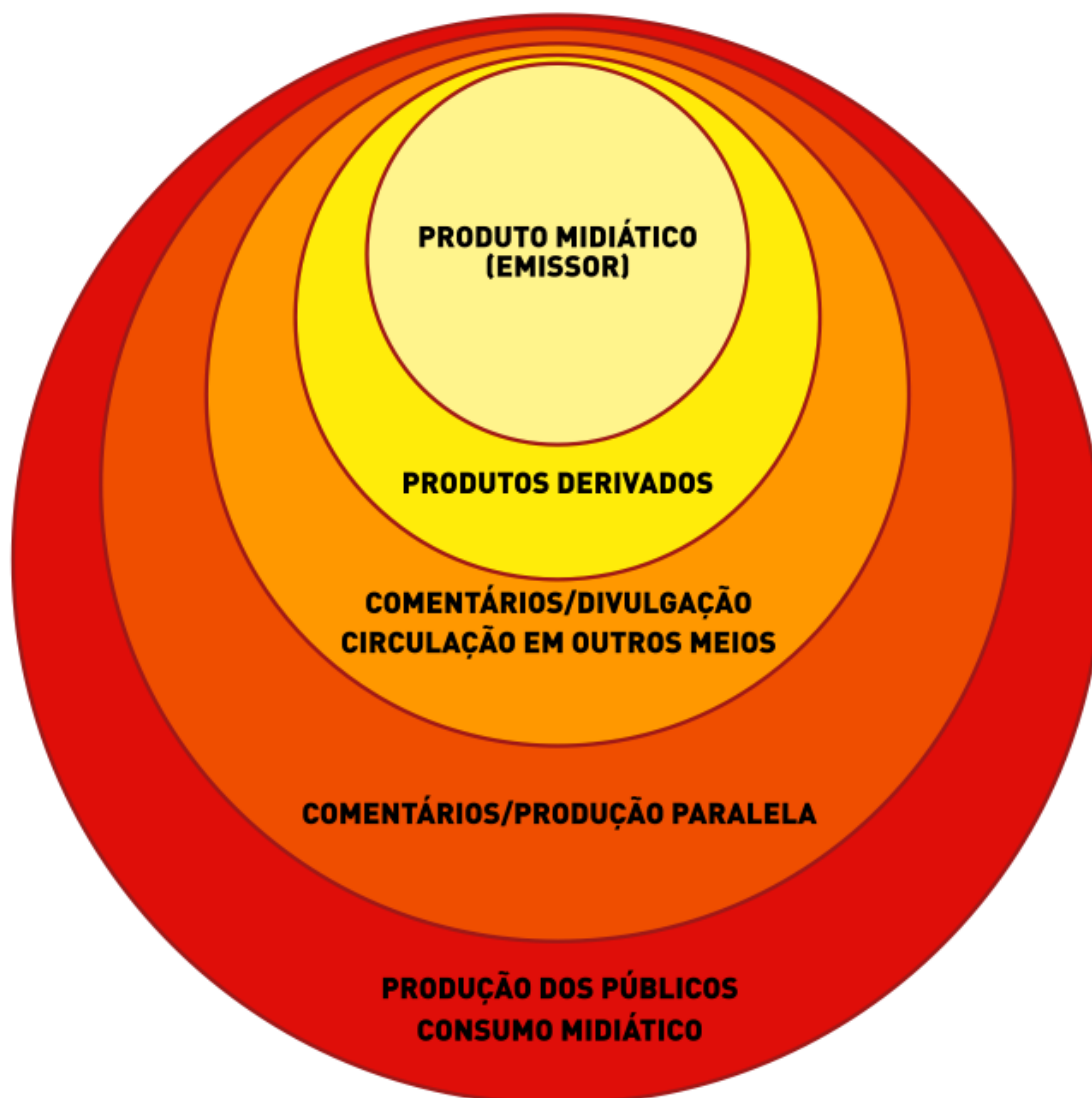


Figura 2: Esferas Midiáticas

Design: Gus Bozzetti <sup>99</sup>

A imagem serve como exemplo para pensar esse fluxo de esferas e a primeira dessas esferas é a do próprio produto, que corresponde ao seu processo de produção. A segunda esfera remete aos derivados do produto midiático inicial, que são produzidos pela mesma fonte emissora do produto principal. Logo em seguida, na terceira esfera, circula uma produção que pode ou não decorrer da fonte emissora e que se trata de uma espécie de divulgação e/ou

<sup>99</sup> Figura concebida em conjunto com os membros do Núcleo de Pesquisa Recepção e Cultura Midiática da UFRGS.

comentário acerca do produto midiático inicial. Na quarta esfera há uma espécie de produção por parte do público, iniciada a partir do produto midiático inicial e que faz parte da própria experiência de consumo.

Ao se aplicar nesse modelo, uma série de ficção televisiva, como exemplo, nesse modelo de esferas midiáticas, pode-se dizer que os episódios da série fazem parte da primeira esfera; um site sobre a série, camisetas e um material impresso sobre a série, produzidos pela emissora produtora fariam parte da segunda esfera; programas, revistas e site da emissora comentando a série e produzindo conteúdo extra com seus atores, bem como veículos de outras empresas de comunicação comentando e produzindo conteúdo em função da série seriam os elementos da terceira esfera e, por fim, a quarta esfera seria composta pela produção de conteúdo efetuada pelo público sobre a série, como, por exemplo, blogs e comunidades dentro de redes sociais.

O modelo não é estanque, e sua estrutura baseada em esferas comporta a inserção de outras. Além disso, no contexto atual dos processos de produção, circulação e consumo de informação, pode-se afirmar que um produto midiático circula por essas esferas através de diferentes ordenações, bem como um indivíduo pode consumir esse conteúdo por todas essas esferas, apenas por um, ou então por quantas quiser. Dito isto, o que se infere a respeito da categoria da visibilidade é que esta é potencializada de diferentes formas através de cada uma das esferas, de modo que os indivíduos podem circular através delas e vir até mesmo a conhecer determinado produto não pelo seu meio de produção originário, como a televisão, no exemplo da série, mas através de um blog que fale sobre a mesma criado por um fã. Nesse sentido, a visibilidade é impulsionada não só pelos produtores iniciais, que criam o produto midiático, mas também pelos seus consumidores, que através do consumo, também ampliam a disseminação desse conteúdo através da web. Nesse sentido, esse modelo de esferas ilustra a existência de uma *autoria dialógica* em relação ao produto midiático.

Quando aqui se utiliza da expressão *autoria dialógica*, entende-se que, hoje, a produção de um conteúdo midiático está imbuída de diversas influências, presentes nas diferentes esferas desse modelo criado no intuito de se compreender melhor como um conteúdo é produzido e consumido. No exemplo da série de ficção, a produção dos episódios sofreria a influência dos consumidores, já que os produtores, como indivíduos inseridos no cenário atual da comunicação, também circulam pelas diferentes esferas e assim,



visualizariam a atividade realizada pelos receptores em outros canais e vias de informação a respeito do conteúdo dos episódios já veiculados. Em outras palavras, a multiplicidade de esferas revela que a relação entre produtores e consumidores de conteúdos midiáticos é estreitada e as trocas entre emissores e receptores se torna mais fluida em função do aumento da visibilidade dos conteúdos.

O aumento dessa visibilidade se dá pela proliferação de esferas pelas quais o conteúdo circula e é apropriado. Essas possibilidades existiam antes mesmo do surgimento da Internet, da web e das tecnologias digitais, e de alguma forma já eram praticadas, no entanto, esse fluxo foi maximizado pela digitalização, pela proliferação de tecnologias e suportes e, obviamente, pela possibilidade de conexão. Além disso, hoje há um fator diferencial, que se constitui na participação e na atividade dos consumidores desses conteúdos. Os indivíduos, além de consumirem as mensagens, estabelecem relações entre si, com os conteúdos e com os produtores dentro de um fluxo midiático que se estabelece por diversos meios, tecnologias e suportes e que, muitas vezes, mescla as funções de produção e recepção dos conteúdos que nele circulam.

Características e transformações sobre a categoria da visibilidade compõem o quadro a seguir que ilustra o que foi exposto nesse item a partir dos autores abordados.

<b>Autores</b>	<b>Características</b>	<b>Transformações</b>
Bruno (2004, online)	Construída a partir do olhar do outro.	Potencialização da visibilidade pelas tecnologias de comunicação contemporâneas.
Recuero (2006, 2009)	Como valor social; “Visibilidade social”.	O impacto da multimídia na potencialização da visibilidade.
Thompson (2008)	Sensorial – acompanhada de linguagens e mídias.	Visibilidade mediada; ampliação da importância de novas formas de visibilidade decorrentes da mídia; complexificação de visibilidades.
Aquino (2010)	Caráter tecnosocial.	Visibilidade potencializada pelas interações estabelecidas na web.

Quadro 11: Visibilidade: novas formas e o impacto das tecnologias contemporâneas

Tendo em vista tais considerações, conclui-se que a visibilidade assume uma posição fundamental na composição do conceito de convergência entre televisão e web. A categoria interfere no fluxo midiático estabelecido entre produtores e consumidores de conteúdos de forma que sua potencialização é colocada na mão de ambos.

### **3.2.7. Personalização: liberdade de escolha e individualização de conteúdos**

A personalização do conteúdo no meio digital teria começado com os blogs, inicialmente tratados como diários pessoais, mas que na web diferenciam-se dos diários de papel, explica Lemos (2002), em função da hipertextualidade, da atualização constante, a partir de qualquer lugar e a qualquer momento, com o uso da multimídia. A semelhança entre os diários de papel e os diários na web “são autoficção narcisísticas, reconstrução identitária, expressão de individualidades”, segundo Lemos (2002, p. 4), que os considera também como “forma de sociabilização e de expressão individual”.

No caso dos blogs e das webcams, a personalização do conteúdo está diretamente relacionada com a autoria desse conteúdo, já que parte do emissor a característica da personalização do material que é disponibilizado na web. Segundo Lobato (2007, online), a Internet trouxe como vantagem o recebimento e o acesso às informações personalizadas a partir dos interesses e preferências de cada indivíduo, pelas possibilidades de filtragem de conteúdos e de escolha de fontes. Há, dessa forma, um papel ativo no desempenho do receptor, que também circula por uma vastidão de informações escolhendo e definindo as quais quer receber.

Nesse sentido, ao se levar em conta que a navegação pelo conteúdo publicado em sites e ferramentas de comunicação digital é uma prática condicionada ao livre arbítrio do indivíduo que define os caminhos pelos quais circula no ciberespaço, a personalização é uma característica inerente ao meio online. O ato de acessar determinados conteúdos em páginas web é um ato personalizado, na medida em que o indivíduo pode clicar nos links que ele mesmo escolhe, assim como também pode, em determinadas situações, criar esses links, o que relaciona diretamente a personalização com a categoria da hipertextualidade e, conseqüentemente, com a da multimídia, ao levar-se em conta que nesses links diferentes formatos midiáticos podem ser inseridos.

No caso da televisão, a personalização já não é uma característica inerente ao meio, mas vai estabelecendo-se a medida em que o meio, a tecnologia e os serviços oferecidos através dele vão evoluindo. De uma gama limitada de canais de televisão, chega-se hoje a uma diversidade bem mais ampla. Além dos canais de TV aberta, Jenkins (2008) lista os canais por assinatura,

além do entretenimento caseiro, como o vídeo, o DVD, o blu-ray, o videogame e a Internet. Dessa forma, a personalização do conteúdo no campo do audiovisual surge em função do desenvolvimento da tecnologia em si como, por exemplo, a criação do controle remoto, até a proliferação das opções de produção e de consumo dos conteúdos midiáticos. Isso faz com que os produtores precisem personalizar os conteúdos televisivos na busca pela ampliação e pela fidelização das audiências que, por sua vez, podem cada vez mais personalizar o que consomem a partir das diversas opções que lhes são oferecidas nos mais diversos meios e suportes, que também lhes permitem customizar a experiência de consumo a partir de diversas funcionalidades técnicas que oferecem.

Como se pode perceber no primeiro capítulo dessa tese, que abordou a trajetória tecnológica da televisão, a categoria da personalização se desenvolveu ao longo dos anos através do surgimento de serviços que possibilitaram a ocorrência de comportamentos mais individualizados. Através desses serviços, os consumidores de conteúdos televisivos passaram a ter mais liberdade de escolha no momento do consumo, assim como também os produtores desses conteúdos passaram a trabalhar sob diferentes formatos, o que acarretou uma produção que demandou um esforço extra para distribuir produtos para diversos canais e suportes. Assim, as transformações perpassam os três níveis aqui em destaque, já que tecnicamente novos serviços foram sendo incorporados, provocando modificações sociais, na medida em que novas práticas foram estabelecendo-se para produtores e consumidores, que tiveram que reformular velhos hábitos em torno de um meio de comunicação originalmente analógico que passa a se relacionar com a web.

Num resgate do desenvolvimento da transmissão do sinal de televisão antes do sinal digital, Pase (2008) cita os tipos de transmissão que permitem que se perceba quando e como a personalização passa a se tornar cada vez mais presente tanto para produtores quanto para consumidores de conteúdos televisivos. Ele cita as transmissões em VHF (*Very High Frequency*<sup>100</sup>) e UHF (*Ultra High Frequency*<sup>101</sup>), de até sete canais e com recursos e legendas para surdos (*close caption*) e som estéreo; as antenas parabólicas, que recebiam sinais via satélite, oferecendo aos consumidores um maior número de canais além dos disponibilizados pela televisão aberta; os MMDS, utilizados para a transmissão de sinais de TV por assinatura; o sistema de cabo com sinal analógico, que vai permitir o início das compras de programas pelo

---

<sup>100</sup> Tradução da autora: Frequência muito alta.

<sup>101</sup> Tradução da autora: Frequência ultra alta.

sistema de *pay-per-view*<sup>102</sup>; o cabo com sinal digital, que em alguns casos permite a inserção de canais com menus de informações, além da sistemas de compras de programação e, por fim, o autor cita o DTH, sistema de transmissão direta para casa (*direct-to-home*), feito de forma parecida com o sistema de antena parabólica, mas que requer a renovação de assinatura para a manutenção constante da liberação do sinal junto ao receptor. Também permite a compra de programas, som em alta definição e conteúdos interativos.

As tecnologias citadas por Pase (2008) demonstram alterações de nível técnico que exercem impacto no comportamento dos consumidores dos conteúdos televisivos, já que quanto mais possibilidades de canais, mais liberdade para navegar por essa diversidade é possível, o que conecta a categoria da personalização com a da hipertextualidade. Além disso, é necessário considerar que ocorrem alterações de níveis social e cultural na medida em que os indivíduos assumem novos papéis diante desse consumo midiático, ao mudarem suas formas de comportamento pela maneira como moldam seus hábitos de uso da mídia televisiva, assim como também influenciam nos níveis de audiência ao terem um papel mais decisivo na escolha do que irão assistir frente ao aumento das opções.

No contexto da cultura da convergência, Jenkins (2008, p. 94) fala sobre o conceito de *economia afetiva*, que pode ser relacionado com a categoria da personalização. Ele explica que a economia afetiva “procura entender os fundamentos emocionais da tomada de decisão do consumidor como uma força motriz por trás das decisões de audiência e compra”. A ideia está relacionada com o comportamento de “comunidades de fãs e envolvimento dos espectadores”. Jenkins (2008, p. 95) diz que “fãs de cultuados programas de televisão são capazes de exercer maior influência sobre as decisões de programação numa era de economia afetiva” e é nesse sentido que se pode falar em personalização no âmbito da convergência entre televisão e web e dos aspectos sociais e culturais que estão envolvidos quando se fala sobre ela como categoria embutida no conceito de convergência midiática. “De tempos em tempos, as redes priorizam certos segmentos do público, e o resultado é uma mudança nas estratégias para refletir mais completamente esses gostos”, afirma o autor.

Os fãs têm visto no ar mais programas que refletem seus gostos e interesses; os programas estão sendo planejados para maximizar elementos que exercem atração sobre os fãs; e esses programas tendem a permanecer por mais tempo no ar, pois, em casos extremos, têm mais chance de serem renovados (JENKINS, 2008, P. 95).

---

<sup>102</sup> Tradução da autora: pague-para-ver.

O que se constata nessa conjuntura de múltiplas opções é que o conteúdo pode ser cada vez mais personalizado não só em função da variedade de suportes pelos quais os produtos midiáticos podem circular, mas também pela capacidade de intervenção adquirida pelos indivíduos com o desenvolvimento das tecnologias digitais de comunicação, destacando-se assim as alterações sociais e culturais decorrentes desse desenvolvimento. A participação e a interatividade, no nível social, reconfiguram práticas que possibilitam essa personalização do conteúdo e, no nível cultural, são novos hábitos que se estabelecem em torno de formas de produção e de consumo mais individualizadas, livres de conjuntos limitados de opções. Os comportamentos adquiridos e praticados hoje em diferentes plataformas e suportes que extrapolam o ambiente televisivo são percebidos e incorporados nos processos de produção de conteúdo, de forma que não se trata apenas de impacto técnico na implementação de formas de personalização. É considerado também, e com semelhante importância, os elementos sociais e culturais, que compõem os processos de recepção desses conteúdos que passam então a influenciar nos processos produtivos, num movimento circular, no qual atuam produtores e receptores.

Além do conceito de economia afetiva do qual fala Jenkins (2008), um outro conceito ao qual se deve menção quando se fala sobre personalização no âmbito da convergência de mídias é o da cauda longa (ANDERSON, 2006). Com base na abundância da oferta, a ideia da cauda longa é válida para falar sobre personalização pelo fato de que quanto mais opções, maior é a chance de se personalizar um conteúdo. Anderson (2006, p. 15) fala sobre um novo modelo econômico para as indústrias de mídia e entretenimento que está cada vez mais adquirindo poder. Esse modelo está estruturado em uma ampla oferta de serviços, dos mais variados tipos, que oferecem diversos tipos de conteúdos midiáticos, de modo que os consumidores é que detêm o poder de escolher, dentre uma gama irrestrita de opções, o que querem consumir. “À medida que se afastam dos caminhos conhecidos, concluem aos poucos que suas preferências não são tão convencionais quanto supunham” ou, como explica o autor, como “foram induzidos a acreditar pelo marketing, pela cultura de hits ou simplesmente pela falta de alternativas”.

Sobre essa cultura de hits, Anderson (2006, p. 17) acredita que a economia decorrente do entretenimento digital será, ou já é, totalmente diferente da economia que caracteriza o mercado de massa. Para ele, enquanto a indústria do entretenimento no século XX era baseada em hits, no século XXI essa indústria será, ou já é, concentrada em nichos, o que, no caso dessa

tese, está diretamente relacionado com a ideia de personalização. Enquanto que na economia baseada em hits “não havia espaço suficiente para oferecer tudo a todos”, na economia baseada em nichos “com a distribuição e o varejo on-line: estamos ingressando no mundo da abundância” e a variedade de opções aumenta a liberdade de escolha no momento do consumo.

Assim, a cauda longa refere-se a uma mudança de foco na cultura e na economia no atual cenário marcado pela convergência midiática. O fato é que não há uma extinção completa da cultura de hits, que fica no topo da curva de demanda, mas é inegável o crescimento e o fortalecimento de uma cultura de nichos, que fica na cauda da curva. Os custos de produção e de distribuição dos produtos caem por serem digitais e não precisarem mais de um espaço físico para serem mantidos em estoque nem serem fisicamente distribuídos, de modo que os produtos mais segmentados, que são menos procurados e assim, conseqüentemente, caros de serem mantidos em prateleiras físicas, podem finalmente se tornarem viáveis de serem comercializados, como os produtos de massa. Logo, a personalização aumenta, já que a quantidade de opções aumenta e os indivíduos podem escolher entre uma quantidade maior de produtos.

Como já foi dito anteriormente, a personalização é uma característica inerente à web, ao contrário da televisão, que ao longo de sua trajetória evolutiva foi aumentando as possibilidades de os indivíduos personalizarem a programação e os conteúdos através de diferentes serviços. Hoje, a relação entre esses dois meios agrega funcionalidades que colocam a personalização como uma categoria fundamental na constituição do conceito de convergência midiática que os envolve e o modelo da cauda longa é visualizado através de uma multiplicidade de espaços criados por consumidores e produtores de conteúdos midiáticos que circulam e/ou já circularam na televisão e que passam a circular também na web, tornando-a um espaço de consumo de nicho, no qual conteúdos antes de difícil recuperação podem ser hoje resgatados e compartilhados no ambiente online.

There is a growing variety of sources of video content online, ranging from the popular youtube to many video-sharing sites cloning the youtube model. Most television stations and all major networks maintain websites with some or most of their television coverage available for viewing, something not generally seen even ten years ago (PAVLIK E MCINTOSH, 2011, P. 89)<sup>103</sup>.

---

<sup>103</sup> Tradução da autora: Há uma crescente variedade de fontes de conteúdo on-line de vídeo, que vão desde o popular youtube até vários sites que tentam copiar esse modelo. A maioria das estações de televisão e todas as grandes redes mantêm sites com parte ou a toda sua programação disponível para visualização, algo geralmente não visto há dez anos.

Novas estratégias de circulação de conteúdo televisivo são combinadas com a web de maneira a personalizar o consumo, de forma que a personalização na televisão é hoje uma característica cada vez mais presente e, em sua relação com a web, cada vez mais maximizada. Um dos fatores destacados por Pavlik e McIntosh (2011) é a *mudança de tempo*, decorrente das possibilidades oriundas de dispositivos que permitem a gravação dos conteúdos televisivos. No caso da web, essa ideia também pode ser considerada e relacionada com a categoria da personalização, já que se hoje o indivíduo não consegue assistir um conteúdo no momento em que ele é transmitido no canal de televisão, posteriormente ele pode assisti-lo através da web. No caso, a personalização do tempo do consumo é possibilitada pela relação entre os dois meios, através da circulação do produto.

O gravador pessoal de TV digital TiVo “parece o máximo da personalização”, afirma Johnson (2003). Um disco rígido que grava a programação de acordo com o que o usuário estabelece, o TiVo cria filtros extremamente específicos a partir da listagem de programas no guia de canais da TV a cabo. É possível gravar qualquer episódio de uma série que passe em canais diferentes ou então todos os filmes de um determinado diretor que passarem durante uma semana. Além disso, grava sempre os últimos 30 minutos de programação que o usuário assistiu, permitindo que se possa realizar uma pausa nos programas ou rebobiná-los; também é possível avançar os comerciais de programas gravados. Johnson (2003) diz que o funcionamento do TiVo propõe o descarte dos programadores das emissoras de televisão fazendo com que os telespectadores sejam os próprios criadores de seus horários nobres.

O que faz o TiVo diferente de serviços de televisão a cabo, ou até mesmo do que é oferecido através da televisão aberta, por exemplo, segundo Johnson (2003), são as melhorias no acesso instantâneo e na navegação, no entanto, ainda trata-se apenas de transferência de controle, já que ao invés de os programadores das emissoras controlarem o que os indivíduos irão assistir, esses é que decidem a grade de programação, e assim, nesse sentido é que se pode pensar em termos de personalização de conteúdo que a ferramenta proporciona.

O TiVo ainda é um aparelho acoplado à televisão, que fica restrito ao uso offline. No entanto, e Johnson (2003) destaca essa possibilidade ainda não explorada, a sua conexão com a web seria uma ampliação de suas funcionalidades que estenderia também a categoria da personalização no momento em que os usuários do sistema pudessem interconectar suas

grades de programação, de forma que seria possível construir uma rede personalizada de conteúdos sem a necessidade de consulta ao guia de canais, apenas através do compartilhamento desses conjuntos de personalizações criados pelos usuários do sistema.

Todo programa em qualquer canal será avaliado por centenas de milhares de usuários, e o equipamento TiVo irá procurar superposições interessantes entre suas avaliações e aquelas da comunidade maior de telespectadores do mundo inteiro. [...] Usando filtros de auto-organização como os já disponíveis na Amazon ou em Epinions, grupos de espectadores de TV com interesses semelhantes aparecerão online (JOHNSON, 2003, P. 158).

Percebe-se que esses filtros de auto-organização aproximam-se da terceira força da cauda longa (ANDERSON, 2006), que consiste na exploração da sabedoria coletiva dos consumidores e que, dessa forma, acaba se relacionando diretamente com a ideia de economia afetiva apontada por Jenkins (2008). Anderson (2006) explica que os consumidores atuam como guias individuais ao navegarem pela web em diferentes sites emitindo suas opiniões e potencializando a demanda do mercado de nichos. Assim, no caso do TiVo, as grades de programação personalizadas seriam o produto dessa sabedoria coletiva, ou seja, a força motriz da economia afetiva, já que tais consumidores estariam intercambiando preferências e auxiliando, ainda que de forma involuntária, na personalização dos processos de produção de conteúdos midiáticos.

As formas de consumo, criação e distribuição de conteúdos midiáticos, de acordo com Pavlik e McIntosh (2011), hoje passam por um processo de reconfiguração diante de alterações no comportamento da audiência, que se torna mais ativa, num contexto que eles vão chamar de *convergência cultural*. Esse contexto é constituído pela permanência dos meios de comunicação de massa, de forma que conteúdos e mensagens midiáticas continuarão a ser produzidos para as audiências de massa, ainda que tais conteúdos e mensagens possam ser adaptados para cada indivíduo, seguindo assim um esquema de personalização, mas será possível que comunicações consideradas interpessoais, como, por exemplo, um e-mail, explicam os autores, possam ser disseminados por diversas redes da mesma forma que uma mensagem pelos meios de comunicação de massa, para várias pessoas, fazendo com que, desse jeito, a linha entre a comunicação interpessoal e a comunicação de massa se torne tênue. No exemplo do TiVo, pode-se dizer que uma grade de programação montada por um indivíduo no seu sistema é, de certa forma, resultado de uma organização estritamente pessoal. No momento em que puder ser compartilhada com outros indivíduos na web, tornar-se-ia interpessoal, na medida em que passasse a ser visualizada e até mesmo alterada por



outros indivíduos. Nesse sentido é que os autores destacam que tem ocorrido um processo de interconexão entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal mediada, de modo que um processo vem adotando características do outro e vice-versa.

No quadro abaixo, abordagens e transformações ilustram a exposição aqui realizada a respeito da categoria da personalização como componente do conceito de convergência.

<b>Atores</b>	<b>Abordagens</b>	<b>Transformações</b>
Lemos (2002)	Desejo de expressão pessoal e conexão/personalização do conteúdo.	Características inerentes ao meio digital potencializam possibilidades de personalização.
Johnson (2003)	Individualização de consumo.	TiVo – grade de programação personalizada
Anderson (2006)	Cauda Longa – quanto mais opções, mais possibilidades de personalização.	Ampliação do espaço mercados e culturas diversas.
Lobato (2007, online)	Acesso e recebimento de informações de acordo com os interesses de cada indivíduo.	Papel ativo no desempenho do receptor.
Jenkins (2008)	Tecnologias e serviços que permitem individualizar o acesso e o conteúdo.	Economia Afetiva (fundamentos emocionais na tomada de decisão de compra).
Pase (2008)	Não se aplica.	Evolução dos tipos de transmissão de sinal: alterações de nível técnico que exercem impacto no comportamento dos consumidores dos conteúdos televisivos.
Pavlik e McIntosh (2011)	Não se aplica.	Mudança de tempo: possibilidade de gravar os conteúdos e/ou assistir online

Quadro 12: Personalização: liberdade de escolha e individualização de conteúdos

Diante do que foi exposto sobre a categoria da personalização, o que se verifica é que, para a televisão, as possibilidades aumentam com o passar do tempo, ao contrário da web, que já nasce com a característica, ainda que também a tenha potencializada ao longo de sua trajetória evolutiva. A relação entre os dois meios permite que se explore ainda mais as variáveis de personalização de consumo dos conteúdos, a partir da pluralidade de suportes e

de opções de serviços criados desde o surgimento dos dois meios e da interconexão entre esses serviços.

### 3.3. Convergência entre televisão e web: interdependências e transformações

O quadro e o organograma a seguir apresentam, respectivamente, as principais transformações nos níveis técnico, social e cultural em cada uma das categorias analisadas e a interdependência entre elas, que constituem o conceito de convergência. O quadro atua como um esquema sobre a exposição anterior que, detalhadamente, apresentou a argumentação sobre cada categoria como componente do conceito de convergência midiática entre televisão e web, visando apontar as principais transformações em cada nível explorado. O organograma é uma ilustração da maneira como as categorias e subcategorias se interligam umas às outras.

#### 3.3.1. As transformações: níveis técnico, social e cultural

O quadro abaixo foi elaborado para definir em pontos principais os significados das transformações observadas em cada um dos níveis. Sendo assim, de acordo com as considerações já tecidas acerca da interdependência entre as categorias, dentro de cada uma o quadro indica as principais transformações decorrentes da convergência entre a televisão e a web. Essas transformações são apenas indicadas no quadro; seus detalhamentos estão explicitados no item anterior, em cada categoria que lhes corresponde.

<b>INTERATIVIDADE</b>		
<b>Nível Técnico</b>	<b>Nível Social</b>	<b>Nível Cultural</b>
Indivíduos com os dispositivos e conteúdos.  Papel da interface e da materialidade dos meios.	Entre os indivíduos.  Desenvolvimento da participação e do compartilhamento.	Novas práticas e hábitos decorrentes do uso de novos dispositivos e vice-versa.
<b>HIPERTEXTUALIDADE</b>		
<b>Nível Técnico</b>	<b>Nível Social</b>	<b>Nível Cultural</b>
Acesso do indivíduo ao conteúdo através da não-linearidade.  Alteração dos processos de	Criação coletiva através da intervenção de qualquer indivíduo na rede hipertextual de um produto midiático.	Novo hábito decorrente maneira de acesso aos conteúdos.  Novos padrões de

produção, circulação e recepção.	Alteração dos processos de produção, circulação e recepção.	comportamento.  Expansão das vias de consumo.
<b>MULTIMIDIALIDADE</b>		
<b>Nível Técnico</b>	<b>Nível Social</b>	<b>Nível Cultural</b>
Junção de mídias em espaço ou ambiente único.	Potencializada pela apropriação social.	Novos padrões de comportamento.
Alteração dos processos de produção, circulação e recepção.	Alteração dos processos de produção, circulação e recepção.	Novos hábitos de consumo de conteúdo.
<b>ARMAZENAMENTO</b>		
<b>Nível Técnico</b>	<b>Nível Social</b>	<b>Nível Cultural</b>
Armazenamento em diferentes suportes.	Dinamização da memória/armazenamento através das interações.	Novas práticas e hábitos de armazenamento e recuperação ( <i>tags</i> ).
Memória digital organizada através dos links.	Memória digital coletiva.	Integração cultural através dos links e das possibilidades de intervenção nos conteúdos.
Recuperação instantânea (buscadores).		
<b>MOBILIDADE</b>		
<b>Nível Técnico</b>	<b>Nível Social</b>	<b>Nível Cultural</b>
Possibilidades de acesso em deslocamento.	Alteração dos processos de produção, circulação e recepção.	Indivíduos se movendo mais lentamente que a informação, em função da agilidade de publicação.
Fluxo de conteúdos e narrativas híbridas: formatos adequados aos dispositivos em movimento.	Potencialização de participação e compartilhamento.	Conexão permanente (ou quase). Produtores e receptores em movimento.
Alteração dos processos de produção, circulação e recepção.		Práticas comunicacionais em movimento.
<b>VISIBILIDADE</b>		
<b>Nível Técnico</b>	<b>Nível Social</b>	<b>Nível Cultural</b>
A potencialização pela hipertextualidade e pela multimídia.	A influência da interatividade.	Novo valor social.
A materialidade dos meios.	A potencialização pela hipertextualidade e pela multimídia.	A construção a partir do olhar do outro (e da interação)/Validação do outro.
	Processo mediado.	Usos e apropriações do processo mediado.
<b>PERSONALIZAÇÃO</b>		

Nível Técnico	Nível Social	Nível Cultural
<p>Dependência de tecnologias e serviços.</p> <p>A potencialização pela hipertextualidade e pela multimídia.</p>	<p>A potencialização pela hipertextualidade e pela multimídia.</p> <p>A influência dos consumidores na produção dos conteúdos.</p> <p>Aumento do consumo de produtos de nicho (Cauda longa).</p>	<p>Individualização do consumo.</p> <p>Tecnologias e serviços gerando novos hábitos de produção e consumo.</p>

Quadro 13: As transformações: níveis técnico, social e cultural

### 3.3.2. Interdependências

A proposta desse estudo, além de estudar o conceito de convergência, é mostrar que o fenômeno entre a televisão e a web depende da verificação da interdependência entre as sete categorias apresentadas no item anterior. Assim, o organograma que segue ilustra essas interligações.

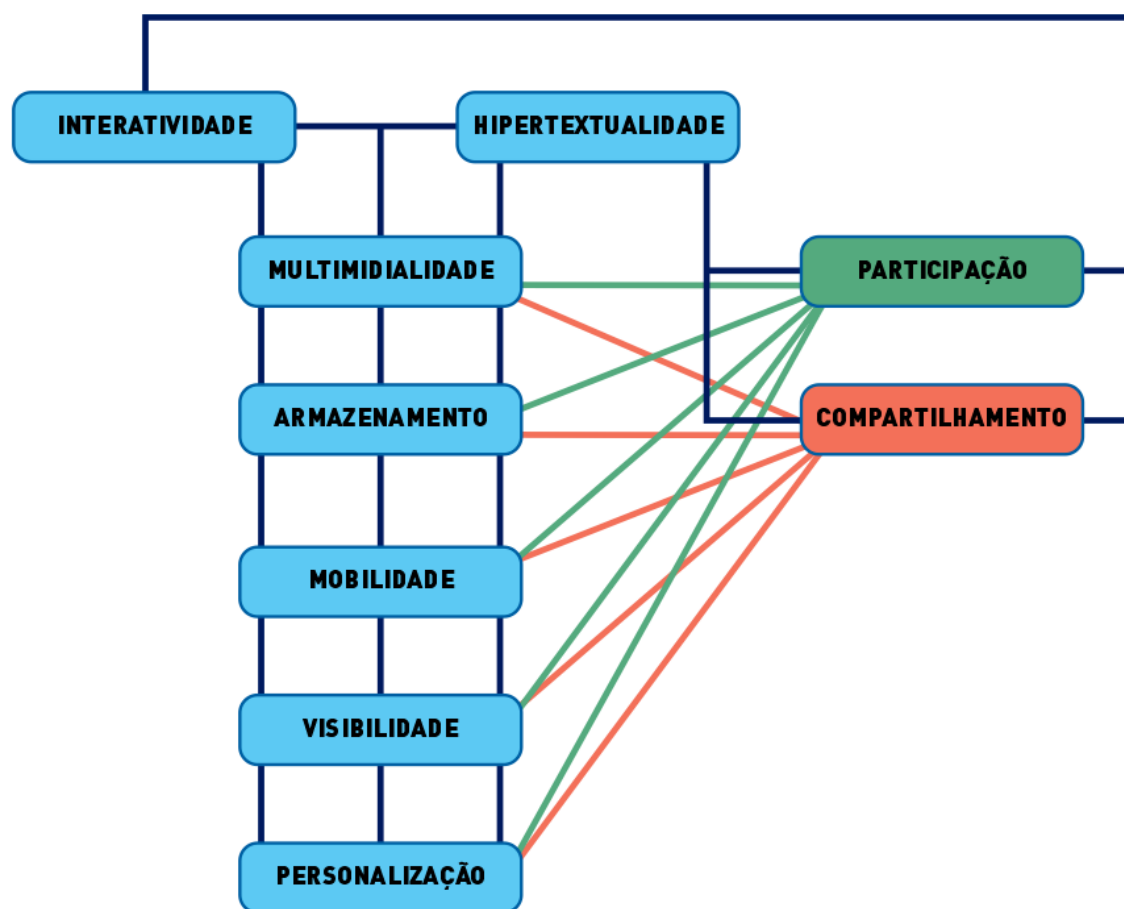


Figura 3: Interdependência das categorias do conceito de convergência entre televisão e web  
Design: Gus Bozzetti.

Como componentes do conceito de convergência entre televisão e web, as sete categorias abordam características que estão presentes nos dois meios, certamente que de maneira diferenciada, já que um deles é originariamente um meio de comunicação analógico e outro digital. Em cada um, essas categorias se realizam de forma diversa, e é quando os dois passam a ser analisados em convergência que são verificadas as transformações de níveis técnico, social e cultural que foram apontadas.

A interdependência entre as categorias dentro do processo de convergência não impede que se estude uma única abordagem como, por exemplo, a questão da visibilidade (AQUINO, 2010), no entanto, nesse caso o foco não reside na convergência, mas na categoria em si, pois a complexidade do processo não se esgota em um ou dois aspectos, mas em um conjunto de transformações que pressupõe a análise de pontos que perpassam os três níveis aqui estudados.

A convergência entre televisão e web não se configura somente através da transposição de conteúdos de um meio para o outro, assim como a convergência entre outros meios de comunicação também não se efetiva dessa forma, de acordo com o entendimento do processo aqui referenciado. É preciso assimilar os fatores que determinam como essa convergência vai além da mera transposição de conteúdo, envolvendo aspectos técnicos, sociais e culturais, os quais devem considerar os processos de produção e recepção. Para isso foram construídas as categorias, tomadas aqui como essenciais para a configuração do fenômeno entre os dois meios. Elas são assim consideradas pelo fato de serem intrínsecas a ambos, ainda que em cada um se perfaçam de maneira específica, atendendo às características daquele meio no qual estão atuando. Quando analisadas em processo de convergência, suas especificações são alteradas, como se pode perceber através das exposições realizadas. Assim, o processo de convergência provoca mudanças nas categorias genéricas apresentadas pelos autores aqui estudados ao mesclar as características dos dois meios, de modo que a observação do fenômeno entre a televisão e a web tem particularidades a serem identificadas que diferem do que se verifica em um processo de convergência, por exemplo, entre web e rádio – que pode até mesmo excluir ou incluir categorias.

Ao se observar o conjunto das categorias, nota-se que a interatividade se relaciona com a hipertextualidade pela necessidade que os indivíduos possuem de interagir com os conteúdos que são veiculados pela televisão e disponibilizados na web. Isso pressupõe uma atividade hipertextual que implica na interação do consumidor com o conteúdo e também, em alguns momentos, com outros indivíduos até mesmo, e em alguns casos em contextos de participação e/ou compartilhamento. É justamente por essa funcionalidade de interligar conteúdos e indivíduos que a interatividade proporciona que, juntamente com a hipertextualidade, essas categorias funcionam como base do conjunto que formam as componentes do conceito de convergência.

É pelas possibilidades de navegação, conexão e de interatividade que se pode perpassar por conteúdos multimidiáticos, armazenados em diferentes espaços e/ou dispositivos, sejam eles móveis ou não – e assim a interatividade e a hipertextualidade perpassam a multimídia, o armazenamento e a mobilidade. Da mesma forma, a hipertextualidade e a interatividade também potencializam a visibilidade, que mantém uma relação estreita com a categoria do armazenamento, já que as formas de registro e recuperação interferem diretamente no aumento ou na diminuição da visibilidade dos conteúdos e dos indivíduos que produzem e consomem os produtos que circulam pela televisão e pela web. O

armazenamento desses produtos, muitas vezes multimidiáticos, depende fortemente da hipertextualidade, que dinamiza a constituição do que se chamou aqui de memória digital. Registrar e recuperar qualquer tipo de mídia no âmbito da convergência requer atividades hipertextuais, além da interação com o conteúdo, com mecanismos de pesquisa e busca e, em determinados casos, com outros indivíduos para a recuperação de alguns conteúdos.

A interdependência entre as categorias é forte, como se pode perceber, e vai desenrolando-se na medida em que os indivíduos vão produzindo e consumindo conteúdo nos diferentes meios, televisão e web e fazendo esses conteúdos convergirem, ao mesmo tempo em que estabelecem relações sociais em torno desses conteúdos, o que provoca impactos culturais em torno desses processos comunicacionais.

A mobilidade e a multimídia se aproximam cada vez mais devido ao desenvolvimento de novos dispositivos que comportam a veiculação de mídias diversas e as possibilidades se ampliam através da interatividade entre as pessoas e dessas com os conteúdos através dos suportes e pelas opções de navegação e personalização de conteúdo que podem ser realizadas através desses aparelhos. O armazenamento também sofre alterações em função da mobilidade de modo que aqui se percebe, novamente, que as categorias se interligam umas com as outras, transformando-se mutuamente em função de suas características particulares. A navegação pelos conteúdos espalhados e dinamizados pelo espaço urbano de forma constante através desses dispositivos sofre modificações pela mobilidade, que insere novos formatos de hipertextualidade através de telas que permitem não apenas o toque (*touchscreen*), mas a realização desse em movimento, de modo que a movimentação dessa rede hipertextual é cada vez mais acelerada.

A capacidade adquirida pelos indivíduos de interagirem e navegarem pela diversidade de conteúdos cresceu junto com o aumento das formas de participação e compartilhamento, de modo que a visibilidade e a personalização sofreram alterações ao longo do desenvolvimento da web e das tecnologias digitais de comunicação e hoje são categorias fundamentais na constituição do fenômeno da convergência. No caso da televisão e da web, se percebe o quanto essas categorias são impactadas pelas outras devido às funções interativas e hipertextuais, pelas opções multimidiáticas, pelas diversas formas de armazenamento e pela mobilidade disponibilizada pelos aparelhos atuais.

Como se pode verificar, a interdependência entre as categorias é evidente, porém, definir os níveis dessa interdependência é uma tarefa que, para que possa ser feita de forma completamente efetiva, é necessária a presença de um objeto de análise através do qual uma observação sobre como cada uma se relaciona com a outra possa ser empreendida. É evidente também, que esses níveis de interdependência variam em função do objeto analisado, já que suas particularidades influenciam de forma diversa em cada categoria, de modo que aqui a interdependência entre as categorias do conceito de convergência é abordada de forma genérica, sem se voltar para nenhum tipo de produto em específico, tecendo-se assim, considerações gerais acerca dessas interligações. O fato é que todas as categorias são interconectadas. O grau dessa interconexão é que irá variar de acordo com o objeto em análise.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As inquietudes que motivaram a produção dessa tese ainda se manifestam a cada leitura de textos que abordam a convergência midiática de maneira excessivamente tecnicista. Seja por um vício adquirido ao longo do tempo despendido na realização desse estudo, pela convicção de que o processo de convergência pressupõe um envolvimento que vai além do mero emprego de ferramentas e dispositivos técnicos diversos, ou resultado do vasculhamento feito nas mais diferenciadas abordagens dos autores consultados através da pesquisa bibliográfica realizada ao longo desse estudo. O fato é que, diante das transformações apontadas nos níveis técnico, social e cultural, ainda preocupa a adoção de um entendimento que privilegia o componente tecnológico do fenômeno.

Para traçar as considerações finais sobre essa pesquisa, relatam-se aqui os principais apontamentos realizados no trabalho, pois ao longo do movimento teórico-epistemológico, buscou-se já indicar os resultados da revisão bibliográfica através do tensionamento teórico pelo confronto entre as definições sobre convergência e também através da exposição das transformações nos níveis técnico, social e cultural no âmbito do fenômeno entre a televisão e a web. O objetivo dessa exposição final também não é conclusivo, considerando-se o fato de que os resultados alcançados com o levantamento bibliográfico realizado e com a proposta de categorização analítica construída, abrem possibilidades de pesquisa não só de caráter teórico, mas também empírico e metodológico, de modo que múltiplos *insights* podem vir a ser explorados futuramente.

O movimento teórico-epistemológico também mostrou que o conceito de convergência não é um produto novo decorrente da digitalização dos processos de produção, circulação e consumo, mas potencializado pelo desenvolvimento da Internet, da web e das tecnologias digitais de comunicação. A interatividade, com suas subcategorias de participação e compartilhamento, aliada à categoria da hipertextualidade, demonstra o quanto a atividade dos indivíduos é hoje importante na constituição do fenômeno entre a televisão e a web, de modo

que servem de base para a interdependência entre as outras categorias que constituem o processo como um todo. Essas categorias, ao atuarem como base da proposta de categorização analítica, mostraram também a importância da atuação dos indivíduos na constituição do processo de convergência, o que contribui para a superação do caráter tecnicista do conceito e reforça os âmbitos social e cultural do fenômeno. Foi possível observar que a influência dos comportamentos e hábitos sociais e culturais nas apropriações das técnicas de produção e circulação de conteúdos midiáticos é responsável pela constituição e pela dinâmica da convergência, de modo que o processo não é e não pode ser considerado apenas técnico.

Logo na introdução desse estudo, foi possível visualizar a importância dos indivíduos no processo de circulação de conteúdo com o exemplo dado, ainda fora do contexto da digitalização, quando as fitas VHS do documentário *Muito Além do Cidadão Kane*, circularam por pessoas e locais, sendo que, posteriormente, através da Internet e da web é que o processo foi potencializado pela atividade dos indivíduos que dinamizaram a circulação do material. Com a definição das categorias propostas de forma analítica, identificou-se a amplitude do processo de convergência entre televisão e web, de modo que não se trata apenas de técnicas de armazenamento e visibilidade, mas de uma interdependência entre um conjunto de categorias que possibilita a convergência do conteúdo, ampliando não apenas a sua visibilidade, mas potencializando o conjunto de relações sociais entre os consumidores desse conteúdo.

O caminho estabelecido para a elaboração dessas categorias surgiu do entendimento de que a convergência não é um conceito oriundo dos processos de digitalização, mas vem sofrendo o impacto da Internet, da web e das tecnologias digitais de comunicação, além da verificação de ocorrências de entendimentos diversos acerca do conceito, tanto na bibliografia quanto na imprensa. A partir daí, julgou-se necessário direcionar o estudo para uma reflexão do conceito entre televisão e web não só sobre o nível técnico, mas de forma a superá-lo, abrangendo também os níveis social e cultural. Partiu-se então da premissa de que o conceito poderia ser desdobrado em categorias analíticas para que se pudesse discorrer em cada uma das categorias desenvolvidas sobre transformações nos níveis técnico, social e cultural.

O primeiro passo da pesquisa foi elencar uma série de periodizações sobre a trajetória tecnológica da televisão, focando no desenvolvimento da tecnologia e no impacto desta nos três níveis de análise propostos por essa pesquisa sobre a comunicação estabelecida através

deste meio. Para observar como essas práticas vêm se modificando ao longo do tempo, buscou-se estabelecer aproximações entre a televisão e a web para compreender como um meio de comunicação originalmente analógico vem interagindo com um meio digital. A recuperação dessas periodizações permitiu que se encontrasse abordagens que adotam diferentes critérios, que englobam questões estruturais, políticas, técnicas e econômicas, aspectos estéticos, serviços, modelos de regulação, de negócios, sobre a interatividade no meio, apontamentos culturais, discursivos, produtivos, profissionais e tecnológicos.

Observou-se também que um dos critérios adotados para periodicizar a trajetória tecnológica da televisão foram as alterações no modelo de comunicação, que se referem aos papéis desempenhados pelos produtores e consumidores de conteúdos midiáticos nos processos comunicacionais. As possibilidades de comunicação através de processos bidirecionais em função de tecnologias e serviços que surgem a partir da convergência entre televisão e web, bem como a atividade desempenhada pelos indivíduos em diferentes espaços através do uso e da apropriação de diversos dispositivos e ferramentas, configura esse critério adotado por alguns para pautar a evolução tecnológica da televisão e sua aproximação da web ao longo dos anos.

Essa aproximação entre os dois meios pode ser visualizada através da problematização em termos técnicos, sociais e culturais, com o objetivo de entender como a convergência se efetiva e causa impacto nos três níveis. O que ocorre é um processo de potencialização, pela Internet, pela web e pelas tecnologias digitais de comunicação, de práticas anteriormente existentes, já que a reunião de elementos e linguagens midiáticas não é algo essencialmente novo. Há também, nesse sentido, transformações comportamentais, nas maneiras como os indivíduos produzem, consomem e fazem os conteúdos circularem na televisão e na web, e essas transformações acarretam mudanças não só de nível técnico, mas também de nível social e cultural, como se pode constatar ao longo do estudo. Tais mudanças comportamentais são identificadas frequentemente e desqualificam o mito de que novos meios de comunicação estariam substituindo os antigos. Uma pesquisa<sup>104</sup> conduzida, em sua terceira edição, pela Motorola Mobility, em 2011, mostrou que os brasileiros são os consumidores que mais utilizam dispositivos móveis para assistir televisão na América Latina. Dos entrevistados na pesquisa, 34% mantêm o hábito no Brasil, seguidos pelos argentinos, com 25% e mexicanos com 19%, sendo que o hábito global é de 37%. Isso não quer

---

<sup>104</sup> Pesquisa Barômetro de Engajamento de Mídia. Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/produtos/mobilidade/noticias/pesquisa-revela-os-novos-habitos-de-assistir-tv-dos-brasileiros> Acesso em: 15/02/12

dizer que as pessoas estejam abandonando o aparelho de televisão para assistir aos conteúdos televisivos pelo celular ou pelo computador ou *laptop*, mas que estão adquirindo novos hábitos de consumo desses conteúdos, até mesmo desempenhando atividades simultâneas, como assistir televisão pelo computador, ou pelo aparelho de televisão, ao mesmo tempo em que utiliza as redes sociais, por exemplo, para comentar o conteúdo.

Com relação ao impacto da web nos processos de produção, circulação e consumo de conteúdos televisivos verificou-se a necessidade de se pensar na direção de um processo de integração entre a televisão e a web, de forma a combater a crença de que um meio irá substituir o outro. Através da exposição e da discussão de cinco mitos debatidos por Cannito (2010) sobre a relação da televisão com as tecnologias digitais de comunicação, o que se constata é que a televisão passa por uma fase de transformação, reconfigurando-se diante de novas práticas de produção, circulação e consumo ao integrar-se com a web na condução desses processos que envolvem não apenas os produtores dos conteúdos que circulam pelos dois meios, mas também os consumidores. Aqui a potencialização de práticas anteriores também se faz presente, mas a participação e o compartilhamento têm um peso maior ao atuarem como subcategorias da interatividade que podem se manifestar nas outras categorias propostas.

Após o capítulo que abordou as periodizações sobre o desenvolvimento tecnológico da televisão e suas aproximações com a web, partiu-se para a revisão bibliográfica sobre o conceito de convergência midiática, voltando-se logo para as origens dos estudos sobre o tema. Ao contrário do que vem sendo apresentado em produções acadêmicas brasileiras e também por grande parte da imprensa que se detêm no assunto, a convergência não é um tema novo, nem mesmo se trata de um conceito criado por Jenkins (2006, 2008). Como se pode verificar pelo levantamento realizado, as primeiras abordagens foram feitas na década de 70 e o primeiro autor a ser referenciado quando se fala sobre convergência é Negroponte (*APUD BRAND*, 1987). Logo em seguida, vieram os trabalhos de Pool (1983, 1993), nos quais Jenkins (2006, 2008) viria então a se basear.

A predominância de Jenkins (2006, 2008) na produção brasileira é tão forte quanto o caráter tecnológico presente em diversas definições sobre convergência levantadas no trabalho de revisão realizado na pesquisa. Não se justifica a recorrência excessiva ao autor em prejuízo das demais referências, o que acaba impedindo o avanço teórico das produções, já que se carece de um cruzamento de argumentações ao mesmo tempo em que se permanece em um ciclo de

citações permanentes a um mesmo conjunto de ideias sem qualquer exercício de tensionamento. Nesse sentido, o trabalho já iniciou tendo em vista a elaboração de uma crítica ao predomínio dessa referência bem como do componente tecnológico no entendimento do conceito, de modo que a proposta de categorizá-lo analiticamente surgiu como uma maneira de contribuir para o avanço da pesquisa sobre o tema não apenas com um levantamento teórico, mas também com um processo de esquematização do trabalho de revisão bibliográfica realizado.

Assim que, identificadas as origens do conceito, o esforço de compreender o conceito de convergência de forma a superar o enfoque tecnicista conduziu o estudo na busca de autores que vêm trabalhando o tema no contexto das tecnologias digitais de comunicação, já que o objetivo era categorizar o conceito aplicado à relação entre a televisão e a web. A trajetória da pesquisa mostrou que os princípios de conexão, participação e interatividade e materialidade norteiam a compreensão do fenômeno no atual contexto, justificando a necessidade de se superar o caráter técnico, porém sem desconsiderá-lo. Com base nessa orientação, foi possível elaborar uma genealogia do conceito, na qual visualiza-se tendências conceituais, de modo que alguns autores flexibilizam a ideia de convergência, compreendendo o fenômeno de forma mais abrangente ao considerarem elementos sociais e culturais em suas argumentações, enquanto que outros detêm-se quase que exclusivamente em aspectos técnicos do processo.

A partir desse movimento teórico-epistemológico, elaborado nos dois primeiros capítulos, foi possível reunir elementos suficientes para a constituição das sete categorias propostas como componentes, de forma interdependente, do conceito de convergência entre televisão e web. A definição dessas categorias não se deu de forma aleatória, mas ao longo da construção dos dois primeiros capítulos, mediante a observação de características intrínsecas aos dois meios. São categorias definidas a partir de uma pesquisa conceitual e referentes à uma relação entre um meio originariamente analógico, a televisão, mas que tem passado por diversas transformações e que vem evoluindo para um futuro cada vez mais digital. Ao mesmo tempo em que a televisão passa por múltiplas alterações, a web é essencialmente dinâmica e as conexões que estabelece com a televisão movimentam ainda mais as possibilidades de transformação. Toda essa flexibilidade por parte dos dois meios não invalida a categorização aqui proposta, porém não a torna estanque e sim aberta a novas inserções e ampliações, frente a novos usos e apropriações decorrentes de reconfigurações que sem dúvida ocorrerão nos níveis técnico, social e cultural em termos de convergência entre esses dois meios.

A proposta de categorização analítica não fecha o conceito, pelo contrário, mostra suas vertentes e sua amplitude. O fenômeno aborda questões técnicas, sociais e culturais, além de trazer implicações políticas e econômicas, e causa impacto em diversos setores de uma sociedade, de modo que não pode ser limitado a uma simples definição. Dito isso, as argumentações aqui expostas não são invalidadas, mas questionadas em função de sua abrangência ou falta de. A discussão teórica promoveu a constituição de categorias interdependentes, calcadas não apenas no desenvolvimento da tecnologia, mas no comportamento dos indivíduos em torno e a partir da produção, da circulação e da recepção de conteúdos midiáticos. As transformações nos níveis técnico, social e cultural ilustram essa interdependência não só entre as categorias, como entre os próprios níveis, atestando a complexidade da convergência como um processo que extrapola o caráter tecnológico tão destacado em argumentações já expostas nessa tese.

Desde o início, o esforço para resgatar a produção teórica sobre o tema e tensionar a diversidade de compreensões acerca do fenômeno foi a principal motivação que impulsionou a constituição e a execução do movimento teórico-epistemológico que conduziu à formação da categorização do conceito. Diante do quadro teórico reunido e das categorias apresentadas foi possível avançar na compreensão teórica sobre a convergência e pensar o processo no âmbito da relação entre a televisão e a web. A contribuição que esse trabalho buscou efetivar almejou avançar as fronteiras teóricas e também adentrar o espaço da metodologia, através das categorias analíticas propostas, e abrindo assim possibilidades de que a pesquisa possa ser ampliada para dar conta não apenas da relação entre a televisão e a web, mas entre outros meios de comunicação.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Neusa Maria. **Televisão e telejornalismo do analógico ao virtual**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo/Ciências da Comunicação (ECA/USP). 2004.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. The Long Tail. A nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2006.

AQUINO, Maria Clara. **O hipertexto como potencializador da memória coletiva: um estudo dos links na web 2.0**. Dissertação de mestrado. Disponível na Biblioteca da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008.

\_\_\_\_\_. **Redes Sociais como ambientes convergentes: tensionando o conceito de convergência midiática a partir do valor visibilidade**. In: IV Simpósio Nacional da ABCiber, 2010, Rio de Janeiro. IV Simpósio Nacional da ABCiber, 2010. v. IV. p. 1-15.

BRAND, Stewart. **The Media Lab: Inventing the Future at MIT**. New York: Viking Press. 1987.

CAMPANELLA, Bruno Roberto. **Perspectivas do Cotidiano: um estudo sobre os fãs do programa Big Brother Brasil**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura. Escola de Comunicação. Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2010.

CAMPOS, Expedito de. **Interação possível na TV da Internet: o caso AITV**. Dissertação de mestrado. Mestrado em Comunicação. Universidade Paulista. 2005.

CANITTO, Newton. **A Televisão na Era Digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. Summus São Paulo: Editorial, 2010.

\_\_\_\_\_. **A TV 1.5 - A televisão na era digital**. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, Ciências da Comunicação. 2009.

CAPANEMA, Leticia Xavier De Lemos Capanema. **A televisão no ciberespaço**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2009.

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venâncio, A. de. **Comunicação e Televisão: desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004 (Coleção Comunicação &...).

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007.

CARDOSO, Rodrigo Lúcio. **O novo jovem e o velho rádio**: a relação do público jovem com o rádio na atualidade. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Comunicação Social/Habilitação em Publicidade e Propaganda. Universidade Luterana do Brasil. Disponível na Hemeroteca. 2010.

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

\_\_\_\_\_. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. Internet e Sociedade em Rede. In: MORAES, Dênis. (org). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004.

\_\_\_\_\_. Prefácio. In: CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007.

CORRÊA, Elizabeth Saad; LIMA, Marcelo Coutinho. O impacto das mídias sociais nas empresas informativas: transformação no processo produtivo. In: BRITTOS, Valério Cruz (Org.). **Digitalização e práticas sociais**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2009.

DALLAGO, Aline Gabrieli Palaver. **Televisão e linguagem**: Tendências com as tecnologias digitais. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2006.

DIZARD JR., Wilson. **A Nova Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

FALCÃO, Luciana Alves de Lima Menna Barreto de Barros. **IPTV: TV via Internet** - o nascimento de uma nova mídia. Dissertação de Mestrado. Universidade Anhembi Morumbi.

FANTINATTI, Maria Sílvia. **O que se vê na TV**: análise do fluxo da programação da Rede Globo. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Pontifícia Universidade de São Paulo. São Paulo, 2008.

FILHO, Ciro Marcondes (Org). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Ed. Paulus, 2009.

FURUNO, Fernanda. **A Evolução das Mídias e a Internet**: Cultura Participativa transformando os meios de comunicação. Dissertação de Mestrado. Universidade Anhembi Morumbi. Comunicação. 2010.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red**. In: JACKS, Nilda (ORG.); MARROQUIN, Amparo; VILLARROEL, Mónica; FERRANTE, Natália. Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro. EDITORIAL “Quipus”, CIESPAL, Quito – Ecuador. 2011.

GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey S. (Editors). **Understanding Media Convergence: the state of the field**. New York: Oxford University Press, 2009.

IZQUIERDO, Iván. **Questões sobre memória**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.



JACKS, Nilda (coord.); MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e Audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao Pensamento Epistemológico**. Rio de Janeiro: Editora Francisco Alves, 1991.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. NYU: Press, 2006.

\_\_\_\_\_. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

\_\_\_\_\_. O que aconteceu antes do YouTube? In: BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

JENSEN, Klaus Bruhn. **Media Convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication**. New York: Routledge, 2010.

JOHNSON, Steven. **Emergência**. A dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

KALIL, Leila Maria Nogueira de Almeida. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ On Line**. Universidade Federal da Bahia. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Dissertação de mestrado. 2005.

KERCKHOVE, Derrick de. O nascimento de uma nova física comunitária e as memórias conectivas. In: CASALEGNO, Federico. **Memória Cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

KIELING, Alexandre Schirmer. **Televisão: a presença do telespectador na configuração discursiva da interatividade nos programas de informação: a experiência do Fantástico**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Unisinos. São Leopoldo, 2009.

KILLEBREW, Kenneth C. Global Aspects of Convergence. In: GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey S. (Editors). **Understanding Media Convergence: the state of the field**. New York: Oxford University Press, 2009.

KLEIMAN, Ângela. **Leitura: ensino e pesquisa**. Campinas: Editora Pontes, 1989.

KOLODZY, Janet. Convergence Explained. Playing Catch-up with News Consumers. In: GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey S. (Editors). **Understanding Media Convergence: the state of the field**. New York: Oxford University Press, 2009. p. 31 – 51.

KORNEGAY, Van. Media Convergence and the Neo-Dark Age. In: GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey S. (Editors). **Understanding Media Convergence: the state of the field**. New York: Oxford University Press, 2009.

LANDOW, George P. **Hypertext 3.0: critical theory and new media in an era of globalization**. The Johns Hopkins University Press 2715 North Charles Street. Baltimore, Maryland, 2006.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda., 2005.

LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio. **Comunicação e mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre: Editora Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **A conexão planetária**: o mercado, o ciberespaço, a consciência. São Paulo: Editora 34, 2003.

LÉVY, Pierre; LEMOS, André. **O Futuro da Internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Editora Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. A emergência do cyberspace e as mutações culturais. In: PELLANDA, Nize Maria Campos; PELLANDA, Eduardo Campos (org.). **Ciberespaço**: um hipertexto com Pierre Lévy. Porto Alegre: Artes e Ofícios. 2000.

\_\_\_\_\_. A memória como processo no tempo presente. In: CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

\_\_\_\_\_. As Tecnologias da Inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

\_\_\_\_\_. O que é o ciberespaço. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

LIMA JÚNIOR, W. T. **Mídia Digital**: o vigor das práticas jornalísticas em um novo espaço . Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições. Loyola, 2003.

LUPTON, Ellen; MILLER, Abbott. **Design writing research**. London: Phaidon Press, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. Editora Senac: São Paulo: Editora Senac, 2003.

MALLMAN, Andréia Denise. **O Fluxo das informações jornalísticas no tempo-espaço das mídias digitais/online**. Dissertação de mestrado. rograma de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. In: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedad Mediatizada**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2007.

MATSUZAKI, Luciano Yoshio. **Internet, seriados e emissoras de televisão**: Práticas dos portais e das comunidades dos fãs. Dissertação de Mestrado. Faculdade Cásper Líbero: Programa de Mestrado em Comunicação; São Paulo, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media**: The Extensions of Man. Nova York, Toronto, London: McGrall-Hill Book Company, 1964.

MILLER, Toby. A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In: FREIRE FILHO, João. **A TV em Transição**: Tendências de Programação no Brasil e no Mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MITCHELL, William J. Lugares, arquiteturas e memórias. In: CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo:Itaú Cultural, 2003.

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

PASE, André Fagundes. **Vida Online, Alternativa para as Mudanças da TV na Cultura Digital**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 268 p. 2008.

PAVIANI, Jayme. **Epistemologia Prática**: ensino e conhecimento científico. Caxias do Sul: EDUCS, 2009.

PAVLIK, John V.; MCINTOSH, Shawn. **Converging Media**. New York: Oxford University Press, 2009. New York: Oxford University Press, 2011.

PAVLIK, John. **Media in the digital age**. New York: Columbia University Press, 2008.

PELLANDA, Eduardo Campos. **Convergência de mídias potencializada pela mobilidade e um novo processo de pensamento**. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte.

\_\_\_\_\_. **A internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagem própria**. v. 96p. Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2001.

\_\_\_\_\_. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio. **Comunicação e mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.

PLANELLS, J. M. “Ciberespaço – Notas para a utilização de um conceito analítico em Ciências Sociais”. In: ALVES, G. e MARTINEZ, V. (orgs.). **Dialética do ciberespaço**.

Trabalho, tecnologia e política no capitalismo global. Bauru, Document Arminda, 2002, pp. 13-34.

POOL, Ithiel de Sola. **Tecnologías sin fronteras de las telecomunicaciones en la época de la globalización**. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1990.

\_\_\_\_\_. **Technologies of Freedom**. Harvard College. Library of Congress Cataloging in Publication Data. 1983.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart, SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

RÖSNAY, Joel de. Memória em rede e intercriatividade. In: CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

RÜDIGER, Francisco. **Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação: trajetória histórica e elementos de epistemologia**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação & Pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

\_\_\_\_\_. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Editora Razão Social, 1992.

\_\_\_\_\_. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humanismo. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre. N 22. Dezembro, 2003.

\_\_\_\_\_. **Navegar no Ciberespaço**. O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Editora Paulus, 2004.

SANTOS, Suzy dos. Convergência. Verbetes em dicionário de comunicação. In: FILHO, Ciro Marcondes (Org). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Ed. Paulus, 2009.

SILVA, Fernando Firmino da. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio. **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

SOUZA, Maurício Dias. **Jornalismo e Cultura da Convergência: a narrativa transmídia na cobertura do Cablegate nos sites do El País e Guardian**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Maria. Comunicação. 2010.

THOMPSON, J. B. **A nova visibilidade**. In: Matrizes/Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Ano 1, n. 2 (jan.-jun. 2008 - ECA/USP) p. 15-38. São Paulo, 2008

\_\_\_\_\_. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1998.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no Telejornalismo: o que você vai ver a seguir.** Editora Espaço Livros. Vitória/ES, 2009.

WILKINSON, Jeffrey S.; McClung, Steven R.; SHERRING, Varsha A. The Converged Audience: receiver-senders and content creators. In: GRANT, August E.; WILKINSON, Jeffrey S. (Editors). **Understanding Media Convergence: the state of the field.** New York: Oxford University Press, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **Television.** Technology and Cultural Form. University Press of New England, Hanover, 1974.

### Internet

ALMEIDA, Roberto Edson de. **A performance dos públicos e a constituição social de valores:** o caso Alberto Cowboy. Dissertação de Mestrado. Programa Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. 2009. Disponível em: [http://dspace.lcc.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/FAFI82TGVQ/1/todo\\_em\\_paz\\_em\\_big\\_brot her\\_brasil\\_1.pdf](http://dspace.lcc.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/FAFI82TGVQ/1/todo_em_paz_em_big_brot her_brasil_1.pdf) Acesso em: 13/02/11.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13 (1), article 11. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/pdf> Acesso em: 07/02/11.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. In: **Revista Famecos**, Vol. 1, No 24, 2004. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3271/2531> Acesso em 05/02/11.

BUSH, Vannevar. **As We May Think.** 1945. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush> Acesso em: 03/02/11.

CAMPANELLA, Bruno Roberto. **A TV no Brasil:** seis décadas e muitas histórias. 2011. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/ojs/index.php/matrizes/article/view/271> Acesso em: 29/08/11.

CHAGAS, Polyana Amorim. **Um olho na TV e outro no computador:** repercussão de produtos televisivos no Twitter. Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão - UFMA - ISSN 2176 – 5111 São Luís - MA, Janeiro/Dezembro de 2010 - Ano XIX - Nº 7. Disponível em: [http://www.cambiassu.ufma.br/cambi\\_2011/amorim.pdf](http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2011/amorim.pdf) Acesso em: 12/02/2011.

CORRÊA, Elizabeth Saad; CORRÊA, Hamilton Luís. **Convergência de mídias**: primeiras contribuições para um modelo epistemológico e definição de metodologias de pesquisa. In: Anais: SBPJor. 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Federal de Sergipe: 15 à 17 de novembro de 2007. Disponível em:

[http://sbpjor.kamotini.ghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind\\_.beth\\_saad.pdf](http://sbpjor.kamotini.ghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_.beth_saad.pdf) Acesso em: 15/01/2010.

FACCION, Debora. **Processos de Interação na Cultura da Convergência**. Trabalho apresentado no GP Multimídia, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1829-1.pdf> Acesso em: 11/09/10.

FELTES, Simone. **Ao alcance da mão e em movimento : os usos e os processos interacionais na recepção da TV digital no celular**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2001. Disponível em: [http://bdt.unisinos.br/tde\\_arquivos/6/TDE-2011-10-17T163842Z1526/Publico/SimoneFeltescienciasdacomunicao.pdf](http://bdt.unisinos.br/tde_arquivos/6/TDE-2011-10-17T163842Z1526/Publico/SimoneFeltescienciasdacomunicao.pdf) Acesso em: 03/01/2012.

FRAGOSO, Suely. **Reflexões sobre a convergência midiática**. Líbero. Ano VIII, N. 15/16, 2005, online. Disponível em:

[http://geminisufscar.files.wordpress.com/2009/05/reflexoes\\_convergencia.pdf](http://geminisufscar.files.wordpress.com/2009/05/reflexoes_convergencia.pdf) Acesso em: 15/02/2010.

GALPERÍN, Hernan. **Comunicación e Integración en la Era Digital**: Un balance de la transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina. 2004. Disponível em: <http://www-rcf.usc.edu/~hernang/Telos.pdf>. Acesso em: 18/02/2010.

JENKINS, Henry. **Convergence? I Diverge**. In: Jenkins, Henry (2001), “Convergence? I diverge”, In: **Technology Review, Massachusetts**. Disponível em:

<http://web.mit.edu/cms/People/henry3/converge.pdf> Acesso em: 18/05/2011.

\_\_\_\_\_. **Media Convergence**. Disponível em:

<http://web.mit.edu/cms/People/henry3/converge.html> Acesso em: 18/05/11.

LEMONS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo: sobre interfaces digitais**. 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemons/interativo.pdf> Acesso em: 22/08/10.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura e mobilidade. A era da conexão**. Trabalho apresentado ao NP 08 –Tecnologias da Comunicação e da Informação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. INTERCOM. Porto Alegre, 2004. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf> Acesso em: 04/02/2011.

LOBATO, Luanna Lopes. **Avaliação dos Mecanismos de Privacidade e Personalização na Web**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de São Carlos. Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia. 2007. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação. Disponível em: [http://www.bdt.ufscar.br/htdocs/tedeSimplificado/tde\\_arquivos/3/TDE-2009-09-21T133846Z-2450/Publico/2161.pdf](http://www.bdt.ufscar.br/htdocs/tedeSimplificado/tde_arquivos/3/TDE-2009-09-21T133846Z-2450/Publico/2161.pdf) Acesso em: 21/06/11.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi. **Globo Media Center**: televisão e internet em processo de convergência midiática. 2005. Disponível em:  
<http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/2005/Ana-Silvia.pdf> Acesso em: 15/08/2010.

MONTAÑO, Sonia; KILPP, Suzana. **Trânsitos e Conectividades na Web**: uma ecologia audiovisual. Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, eventocomponente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1760-1.pdf> Acesso em: 18/11/2011.

NAVARRO, Vinícius. **Sites of Convergence: an interview with Henry Jenkins**. In: Revista Contracampo n. 21, 2010. Disponível em:  
<http://www.uff.br/contracampo.index.php/revista/article/view/77> Acesso em: 19/03/11.

NELSON, Theodor Holm. **A file structure for the complex, the changing, and the indeterminate**. 1965. Disponível em: <http://xanadu.com/au/archive/bibliography.html> Acesso em: 03/02/2011.

NISTRÖM, Anna-Greta. **What is Convergence?** Perceptions from the Finnish telecommunications Sector. In: The 18th. European Regional ITS Conference. 2-4 September 2007. Istanbul, Turkey. Disponível em:  
[http://www.itseurope.org/ITS%0CONF/istanbul2007/downloads/paper/31.07.2007\\_Nystroem\\_ITS07.pdf](http://www.itseurope.org/ITS%0CONF/istanbul2007/downloads/paper/31.07.2007_Nystroem_ITS07.pdf) Acesso em: 12/12/11.

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, Informação e Memória**: apontamentos para debate. In: Revista PJ:BR Jornalismo Brasileiro. Edição 4. 2º semestre. 2004. Disponível em:  
[http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4\\_f.htm](http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm) Acesso em: 02/02/10.

PELLANDA, Eduardo. **Nomadismo em espaços sociais**: uma discussão sobre as novas formas de interações potencializadas pela mobilidade da informação. Trabalho apresentado no NP tecnologias da Informação e da Comunicação do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Universidade de Brasília. Brasília, 2006. Disponível em:  
<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/20230> Acesso em: 05/02/11.

PRIMO, Alex. **A cobertura e o debate público sobre os casos Madeleine e Isabella**: encadeamento midiático de blogs, Twitter e mídia massiva. In: Revista Galáxia, São Paulo, n. 16, p. 43 – 59. Dez. 2008. Disponível em:  
<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/1912/1174>. Acesso em 14/02/11.

\_\_\_\_\_. **Interney blogs como micromídia digital**: elementos para o estudo do encadeamento midiático. In: 17. Encontro Anual de Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), 2008, São Paulo. Anais... São Paulo: UNIP. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/interney.pdf> Acesso em: 14/02/11.

RECUERO, Raquel. Dinâmicas de Redes Sociais no Orkut e Capital Social. **Razón y Palabra**, v. 52, p. 1-15, 2006. Disponível em: <http://pontomidia.com.br/raquel/alaic2006.pdf> Acesso em: 05/02/11.

SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José Alberto García. **La convergencia tecnológica en los medios de comunicación**: retos para el periodismo. Tripodos, n. 23, Barcelona, 2008.

Disponível em:

<http://www.tripodos.org/pdf/Salaverr%C3%ADayGarc%C3%ADaAvil%C3%A9s.pdf84.pdf>

Acesso em: 16/08/10.

SILVEIRA, Milena de Castro. **No Limite do Você Decide? Sobre a comunicação e a interatividade entre o telespectador e a televisão**. Dissertação de mestrado. Mestrado em Multimeios do Instituto de Artes da Unicamp. Campinas, São Paulo, 2002. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000281989> Acesso em 01/05/10.

VIEIRA, Dulcinéia Novaes Felizardo. **Perfil do Jornalista na Cibercultura**: desafios do webjornalismo. 1v. 130p. Universidade Tuiuti do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens. 2007. Dissertação de mestrado. Disponível em: [http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde\\_busca/arquivo.php?CodArquivo=33](http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?CodArquivo=33) Acesso 05/05/10.