

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**

Dulciana Sachetti

**A TELEVISÃO E AS REDES SOCIAIS: UMA  
ANÁLISE DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA EM  
TELEJORNAIS DA CNN E GLOBO NEWS**

Passo Fundo

2013

Dulciana Sachetti

A TELEVISÃO E AS REDES SOCIAIS: UMA  
ANÁLISE DE CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA EM  
TELEJORNAIS DA CNN E GLOBO NEWS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, sob orientação da professora Ms. Nadja Hartmann.

Passo Fundo

2013

Dulciana Sachetti

**A televisão e as redes sociais: uma análise de convergência midiática em  
telejornais da CNN e Globo News**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo, sob orientação da professora Ms. Nadja Hartmann.

Aprovada em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Pós Dr. Benami Bacaltchuck

---

Prof. Ms. Maria Goretti Baptista Bettencourt

---

Prof<sup>a</sup> Ms. Nadja Hartmann

Dedico este trabalho aos meus pais, pelo apoio e ajuda de sempre. Que acreditaram juntos na decisão de recomeçar, uma nova faculdade, uma nova profissão; que mesmo na dúvida me instigavam a provar o contrário. Os anos passaram e a educação caseira, continuada com os bacharelados e especialização providos são a maior herança. O que sou hoje é fruto do exemplo familiar simples, mas rico de valores e harmonia, de grande solidez.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela sabedoria, clareza de ideias, possibilidade de discernimento e personalidade, características pessoais que não se aprendem ou se desenvolvem e que são indispensáveis para os desafios da profissão jornalística. Agradeço aos meus familiares, incluindo pai Darcy e mãe Lária, irmãos Riginaldo e Diandra, além dos padrinhos Teresinha e Valdir que não tenho dúvida que substituiriam meus pais na criação, caso faltassem, aos tios, tias, primos que sempre acreditaram e se orgulham em ter uma jornalista na família, mesmo com as perspectivas negativas da profissão perante a sociedade; venho de uma família que vive do campo e a nossa geração rompe essa expectativa, somos exemplo da importância da formação acadêmica. Agradeço aos tantos amigos que fazem parte da minha caminhada; e de uma forma ou outra contribuíram para o que sou hoje como pessoa e profissional; me incentivaram, deram conselhos, me fizeram companhia e favores. Os elogios e críticas sempre acrescentaram à caminhada e sinto o quanto essas pessoas próximas me querem bem; a eles se somam os colegas de tantos trabalhos (Receita Federal, Recursos Humanos, Biblioteca e Núcleo Experimental de Jornalismo da UPF, SM Monitoramentos, Projeto Passo Fundo, Colégio Notre Dame, Rádio Planalto, Revista Espaço Voga, 99UPF, RBSTV, UPFTV, Grupo Diário da Manhã e Projeto de Extensão Saúde no Rádio) responsáveis por compartilharem experiência, cuja a relação se mistura com a amizade. Agradeço aos que mantenho grande respeito, sinto afinidade e que me são exemplo, que também me deram a primeira oportunidade na carreira, professores Matheus Mecca Rodighero e Bibiana de Paula Friedrichs; os estágios renderam conhecimento e referências. Aos professores, funcionários e pessoas que muitas vezes sem me conhecer, facilitaram minha vida de alguma forma. Muito Obrigada!

Acredito nos sonhos, que o mundo nos  
pertence e que se pode viver, ser feliz, quando  
se faz o que se gosta. Defendo isso até o fim.  
"Fui para os bosques viver de livre vontade,  
Para sugar todo o tutano da vida...  
Para aniquilar tudo o que não era vida,  
E para, quando morrer, não descobrir que não  
vivi!"

Henry David Thoreau

## RESUMO

Os processos comunicacionais sempre estiveram em constante transformação; se de uma forma se alteram as maneiras de estabelecer relações, também os indivíduos envolvidos no processo mudam de comportamento. Este estudo se interessa em pesquisar se os aspectos da cibercultura, ou seja, da vida estabelecida em redes na internet, são considerados pelos meios de comunicação de massa, especificamente a televisão. Para tanto, algumas emissoras televisivas se arriscam a propor um modelo que vá de encontro ao que estabelece a convergência midiática entre plataformas. As consideradas neste estudo são o canal americano CNN e o brasileiro Globo News; ambos com veiculação na TV à cabo, internet e com perfis nas redes sociais, *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. A comparação de como está sendo conduzida a comunicação nestes meios, nacional e internacional, em que emissoras e conteúdos veiculados durante um determinado telejornal são os mesmos, é a proposta analisada.

**Palavras-chave:** televisão, redes sociais, cibercultura, convergência midiática.

## **ABSTRACT**

Communication processes have always been in constant transformation, if a form change the ways of establishing relations, also the individuals involved in the process change yours behaviors. This study is interested in researching the aspects of cyberculture, meaning of life established networks on the Internet, are considered by means of mass media, specifically television. Therefore, some TV stations venture to propose a model that goes against the common media convergence among platforms. Those considered in this study are the American channel CNN and the Brazilian Globo News, both with airing on cable TV, internet and social networking profiles on Facebook, Twitter and Instagram. The comparison of how communication is being conducted in these media, national and international, in which broadcasters and content propagated over a given newscast are the same, the proposal is analyzed.

**Key-words:** television, social networks, cyberculture, media convergence.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1.Cibercultura: processo de transição da cultura de massa analógica para a digital .....</b>	<b>12</b>
<b>2 Cultura da convergência: a comunicação na contemporaneidade .....</b>	<b>19</b>
<b>3 Comunicação televisiva: da cultura de massa analógica, para uma convergência midiática em TV Digital e Web TV.....</b>	<b>22</b>
<b>4 Análise sobre como está associada a mídia televisiva de massa às novas linguagens contemporâneas .....</b>	<b>30</b>
<b>4.1 CNN Live .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1.1 CNN Site .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1.2 CNN Facebook .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1.3 CNN Twitter.....</b>	<b>33</b>
<b>4.1.4 CNN Instagram.....</b>	<b>34</b>
<b>4.2 Globo News Live .....</b>	<b>35</b>
<b>4.2.1 Globo News Site .....</b>	<b>36</b>
<b>4.2.2 Globo News Facebook .....</b>	<b>37</b>
<b>4.2.3 Globo News Twitter.....</b>	<b>37</b>
<b>4.2.4 Globo News Instagram.....</b>	<b>38</b>
<b>4.3 Convergência midiática de conteúdo na televisão e redes sociais .....</b>	<b>40</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>46</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>47</b>

## INTRODUÇÃO

A atribuição de sentido às palavras “rede social” não é recente. Se hoje o termo é usado comumente de forma associada às plataformas de comunicação, surgiu séculos antes com a visão de agregação social, as redes de objetivos comuns compartilhados por grupos de pessoas. Assim como a expressão, ao longo dos anos a sociedade viu e sentiu como os processos comunicacionais foram impactados pelo uso de dispositivos tecnológicos; tal mudança também foi significativa na forma de apropriação da tecnologia e conseqüentemente comportamento dos indivíduos. O problema da pesquisa está fundamentado na curiosidade em confrontar a construção teórica e científica, em que em curto espaço de tempo deu respostas e mais, chegou a ousar teorias futuras sobre as mudanças processo comunicacional e se na prática houve atenção e interesse em se adequar à estas mudanças. Abreviando o histórico e marcos comunicacionais, chega-se ao mais recente paradoxo: a discussão se meios taxados como massivos, sejam eles o rádio, o jornal impresso ou a televisão, estarão fadados a sucumbir com a presença cada vez mais efetiva do acesso à informação em rede, pela internet. As hipóteses são muitas e teorias já explicam o fenômeno recente, de duas décadas atrás, incorporado ao cotidiano das pessoas. Este estudo trata em partes disso, de revisar bibliograficamente este histórico e aspectos por quais vem passando a comunicação humana até chegar ao panorama atual. Hoje há o canal televisivo tradicional e presente desde a década de 50 e a presença deste mesmo canal, com o mesmo conteúdo na internet, seja por meio da *Web TV* ou conta nas redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Trata-se de uma relação e questão muito férteis, seja pela avidez de informação por parte do público, iniciativas por parte dos canais e possibilidades que se estabelecem com as novas políticas, que de certa forma traçam o futuro para o uso da TV Digital e convergência midiática.

Para tanto, este trabalho de conclusão de curso se propõe, além da revisão bibliográfica, analisar durante um dia, um telejornal de cada uma das emissoras de televisão à cabo, uma internacional CNN e outra nacional *Globo News*. A escolha exime a dúvida de avaliar apenas um âmbito. Além dos telejornais, de forma simultânea, serão avaliadas as redes/mídias sociais dos perfis mantidos pelas mesmas na internet, por

meio do *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, para comparar se há alguma iniciativa, intenção, ou possibilidade de convergir estes meios ou informação veiculada neles.

A estrutura está dividida em quatro capítulos. No primeiro intitulado “Cibercultura: processo de transição da cultura de massa analógica para a digital” há um panorama por qual perpassou a sociedade diante de cada tecnologia apropriada e estruturação da cultura instituída. O segundo e terceiro capítulos dão conta da “Cultura da convergência: a comunicação na contemporaneidade”, e “Comunicação televisiva: da cultura de massa analógica, para uma convergência midiática em TV Digital e Web TV” ou seja, como o processo atual de comunicação da sociedade está firmado e ao mesmo tempo para onde rumam, principalmente o meio televisão, diante das perspectivas fixadas, seja pelas necessidades do usuário, políticas governamentais ou possibilidades que se multiplicam cada vez mais. O quarto e último capítulo, “Análise sobre como está associada a mídia televisiva de massa às novas linguagens contemporâneas” se subdivide nos dois canais analisados CNN Live (já que a transmissão foi acompanhada via web) e Globo News Live. Estes dois subitens foram divididos ainda nas redes/mídias sociais analisadas para facilitar a parametrização. Este último capítulo reserva detalhadamente a análise qualitativa sob a ótica de ótica de chaves de leitura que são: a) Interatividade por Lemos, b) Hipertextualidade por Primo, c) Personalização/Aproximação do conteúdo por Levy, d) Atualização Contínua por Jenkins, e e) Mobilidade/Liberação dos pólos de emissão por Levy.

## 1.Cibercultura: processo de transição da cultura de massa analógica para a digital

Um dos primeiros esboços do processo comunicacional colocado no papel por Claude Elwood Shannon e esquematizado por Warren Weaver<sup>1</sup> no final da década de 40 (SHANNON, 1948, p.1), demonstra que embora a comunicação humana conserve certa estrutura, há uma dinâmica em sua prática que a permite acompanhar a evolução humana, especialmente no que diz respeito ao surgimento de novas técnicas e ferramentas que permeiam este processo; aliás, na época dos autores supra citados, entender o impacto das telecomunicações nesse esquema essencial era o desafio.

Nesse sentido, em 1969, Herbert Marshall McLuhan consagra-se como pesquisador de das novas tecnologias comunicacionais e dos impactos que elas causavam na sociedade<sup>2</sup>. Segundo o autor, o meio se tornaria a mensagem e essa tecnologia seria uma extensão de nós mesmos incorporados ao cotidiano (MCLUHAN, 1969). Entretanto, ele não era o único a dar atenção ao assunto.

Na bibliografia da área alguns autores consideram Ithiel de Sola Pool, “o profeta da convergência dos meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 36). Em 1983, seu livro *Technologies of Freedom* precederia outras publicações do gênero, lhe concedendo o título de visionário das ciências sociais modernas. Entre as ideias de Pool estava a necessidade de promover a descentralização das trocas de informação pelo mundo, sem os limites impostos pelo tempo, espaço, políticas ou cultura (BENNETT, 1998), Tratava-se de uma proposição que, em menos de vinte anos se tornaria tangível e seria tratada como revolução tecnológica<sup>3</sup> por Manuel Castells em a *Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. Segundo os estudos do autor, estamos diante de um fenômeno cujo impacto social pode, em termos, ser comparado a primeira Revolução

---

<sup>1</sup> Modelo de comunicação baseado no emissor, receptor e decodificação e no meio que transmite essa mensagem, o canal; os ruídos eram os responsáveis por uma mensagem inatingida ou mal interpretada. O modelo ficou conhecido como Sistema Geral de Comunicação.

<sup>2</sup> A revista *Wired* proclamou Marshall McLuhan como o santo padroeiro da revolução digital. (JENKINS, 2009, p. 36).

<sup>3</sup> De acordo com Castells, em 250 anos são estas duas manifestações que evidenciam: a) uma transformação tecnológica em aceleração e sem precedentes em comparação com os padrões históricos; (b) a difusão das novas tecnologias por todo o sistema econômico; (c) a penetração dessas mesmas tecnologias em todo o tecido social.

Industrial, uma vez que ambas “têm em comum o fato de gerar discontinuidades profundas nos mais variados setores da vida em sociedade.” (COSTA, 2002, p.2).

Se os primeiros passos rumam à transição de uma sociedade oral para uma sociedade letrada, aconteceu em meados do século XV com a invenção da prensa de tipos móveis de Gutemberg<sup>4</sup>, o mundo teria de esperar mais dois séculos para o surgimento dos jornais periódicos<sup>5</sup> e cinco centenas de anos para conhecer a informação pela voz e imagens onipresentes. No século XX primeiro o rádio - em meio à controvérsias sobre o surgimento e do crédito ao padre Landell De Moura, surgiu como um serviço de transmissão regular em novembro de 1920, nos Estados Unidos. (CALABRE, 2004, p.8) - .depois a televisão<sup>6</sup> teriam seu estrelato, ou época de ouro, sem abalar o espaço que publicações impressas continuavam ocupando na cadeia da informação. Mal o século acabara e uma nova plataforma ou meio de comunicação surgiu e começou a afetar não só a forma com que as pessoas se comunicavam, mas também o confortável espaço ocupado separadamente por cada especificidade comunicativa e poria em dúvida o futuro desses tradicionais canais de comunicação. Na afirmação de Primo,

Como se sabe, Brecht já defendia, nos anos 30, que a radiodifusão deveria se transformar de aparelho de **distribuição** em aparelho de **comunicação**. Em 1970, Enzensberger (1978), advogava pela possibilidade de **influência recíproca** entre emissores e receptores na comunicação mediada. (2003. p. 2).

Tal reciprocidade foi percebida mais palpavelmente com a liberação do uso comercial da internet, este estrondoso canal, que aconteceu na década de 1990 (VAZ, 2010, p. 34). Isso porque, mais recentemente, passou a fazer parte de forma radical nos processos sociais, pessoais e interpessoais, chegando a mudar os ditames da própria comunicação individualista com um formato para cada mensagem, em um meio que

---

4 Em 1455 Johannes Gutenberg criou uma prensa de tipos individuais de cada letra, colocados lado a lado ao longo de uma tira de madeira, compunha palavras, formando linhas em um molde preciso de cada página. (PATERNOSTRO, 1999, p.20).

5 “O primeiro jornal impresso com regularidade que se tem notícia chamava-se *Relation*, um semanário de quatro páginas lançado em Strassburg, Alemanha, em 1609”. (PATERNOSTRO, 1999, p.20).

6 “A TV, considerada por alguns como a invenção do século XX [...] A partir de 1940, a se afirma: o sistema já era então totalmente eletrônico” (PATERNOSTRO, 1999, p. 21; p.24), com a resolução dos impasses científicos por Vladimir Zworykin.

agrega todos os canais. Esta possibilidade aconteceu com a transição, onde a internet há tempo deixou de ser uma mídia para ser um ambiente Naturalmente os processos comunicacionais estão se transformando de forma contínua com o passar dos anos, mas nunca antes impactaria tanto na vida das pessoas e em tão curto espaço de tempo quanto recentemente com a inserção das tecnologias da informação.

Thompson apud Primo (2003, p. 4) cita a questão dialógica nos meios tradicionais de comunicação. “O autor parte de uma discussão da interação face-a-face e a contrasta com a interação mediada”. Sucintamente, pode-se observar que onde há pluralidade da comunicação sem levar em conta características específicas há uma comunicação monológica ou comparada à massiva. Agora, independente do meio, quando está orientada ao outro ponto com qual se interage, mesmo havendo limitação de possibilidades e atemporalidade, continua sendo uma comunicação dialógica. Logo:

as potencialidades das tecnologias interativas acenam para a quebra da unidirecionalidade e da centralização das comunicações, o conceito de comunicação dialógica, relacional de Freire oferece uma referência normativa revitalizadora, criativa e desafiadora para todos aqueles que acreditam na prevalência de um modelo social comunicativo humano e libertador. (FREIRE apud LIMA, p.67, 2004).

Considerar a quebra de paradigmas significa esclarecer que toda essa trajetória tem constituído o que se denomina ciberespaço, local onde a comunicação cibernética, real, dialógica e interativa se estabelece, Trata-se de um espaço virtual, sem presença física, apenas intensificado pelo uso da internet. Como ponto principal, há a conexão de vários computadores e dispositivos de comunicação em todo o mundo, que embora coletivo e interativo, “não é uma infra estrutura: é uma forma de usar infra estruturas existentes e de explorar seus recursos por meio de uma inventividade distribuída e incessante, indissociável social e técnica” (LEVY, 1999, p. 192). Assim,

a emergência do ciberespaço acompanha, traduz e favorece uma evolução geral da civilização Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas. E digo *condicionada*, não *determinada*. (LÉVY, 1999, p. 25)

Se tal condicionamento é capaz de reestabelecer novas formas de relacionamento em coletividade, surge a cibercultura, uma sociedade interconectada por uma recente rede social, tendo como fator de suporte as tecnologias. Conforme defende Levy, “parece que o digital, o fluido, em constante mutação, seja desprovido de qualquer essência estável. Mas justamente, a velocidade da transformação é em si mesma uma constante – paradoxal – da cibercultura (1999, p.27).

Tal reciprocidade comunicativa leva à reflexão proposta por Primo (2007, p. 11), em que o modelo apresentado no início do capítulo “emissor > mensagem> meio> receptor acaba sendo atualizada no seguinte modelo: *webdesigner*> *site*> internet> usuário”. Com a ideia de interatividade, o modelo construído poderia ser esboçado assim: *webdesigner*> *site*> internet< usuário, uma fórmula configurada pelo processo de construção mútua. Tal panorama de mudança pode ser explicado através do comparativo de autores (Tabela 1), da então cultura de massa Shannon e Weaver e o contemporâneo Pierre Levy, que discorrem sobre épocas distintas (década de 40 e cinquenta anos depois).

<b>Três princípios do modelo de Shannon e Weaver para significar o processo de comunicação</b>	<b>Três leis da cibercultura por Levy para significar o processo de comunicação</b>
Qual a acuidade de uma transmissão de sinais?	Lei da Reconfiguração: Nada encontra um fim, pode ser reciclado de forma colaborativa.
Qual o grau de nitidez com que os sinais transmitidos veiculam os significados desejados	Liberação do pólo da emissão: Todos são autores em potencial de conteúdo.
Qual a eficiência/eficácia dos significados captados no comportamento do receptor? E no que diz respeito à finalidade desejada e prevista pelo emissor/fonte de informação?	O princípio de conexão em rede: “a rede está em todos os lugares.

**Tabela 1:** Comparativo de autores da então cultura de massa Shannon e Weaver e o contemporâneo Pierre Levy

**Fonte:** [primário]

Percebe-se que a preocupação e até mesmo o conceito de comunicação é outro em apenas meio século. Mudaram os paradigmas porque a cultura e a forma de comunicação colocaram o usuário em um primeiro plano sem encontrar um fim ou uma impossibilidade, ou um ruído nas relações mediadas. A comunicação estabelecida no ciberespaço é atemporal, híbrida e participativa; que são:

próprias características do mundo on-line que permitem a confluência de várias mídias numa só e as hiperligações, os links que permitem a navegação na Internet, produzindo-se a partir daí um texto de múltiplas autorias (GARRISON apud CAETANO et. al, 2011, p.84).

Nos anos 80 o espectro multimídia da internet começa a ganhar força; há um processo de fundição entre as telecomunicações, a editoração, o cinema e a televisão. O processo se expandiu à técnica e as mudanças possibilitavam novas mensagens interativas entre os usuários; “as tecnologias digitais surgiram então, como infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento”. (LÉVY, 1999, p. 32). De uma maneira colaborativa essa virtualização coloca em potencial qualquer emissor como gerador de conteúdo “onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. (JENKINS, 2009, p. 27).

Para tanto a descentralização ou lei da liberação dos pólos de emissão (descentralização do retrógrado aspecto emissor e receptor citada no quadro acima) (LÉVY, 1999), configuram a linguagem hipermediática<sup>7</sup>, hipertextual<sup>8</sup> (múltiplos hiperlinks e possibilidades de interconexão), são realidades da irrevogável cibercultura. Então, as comunidades virtuais, embora não se tenha projetado, utilizam deliberadamente o hipertexto independente as características, culturas, como linguagem no ciberespaço.

---

7 acúmulo de conteúdo, à busca e à disseminação de informações dos mais diferentes formatos e extensões. “Neste espaço, cabem a imagem, o áudio e a escrita, além de ser possível uma interatividade entre os usuários”. (VAZ, 2010, p. 34).

8 Hipertexto é um texto em formato digital, reconfigurável e fluído. Ele é composto por blocos elementares ligados por links que podem ser explorados em tempo real na tela. A noção de hiperdocumento generaliza, para todas as categorias de signos (imagens, animações, sons, etc.), o princípio da mensagem em rede móvel que caracteriza o hipertexto. (LÉVY, 1999, p. 27).

Este processo, segundo Primo (2004, p. 2), resulta em características comunicacionais a partir do hipertexto e interatividade, logo, se afirma em “quanto mais “clacável” é um site, mais interativo ele será considerado (mesmo que todas as reações dos links e botões já estejam determinadas na programação/previsão)”. Mas, segundo o autor, se esquece do diálogo mediado que é constituído pelas plataformas digitais. Lima (p.67, 2004), acrescenta que a comunicação digitalizada não é por definição dialógica, depende muito a forma como ela está sendo projetada, para que fim e características que conserva. Nesse sentido, Primo (2004), também esclarece que há diferentes tipos de relações hipertextuais, levando em conta a autoria compartilhada e a interação (incluindo bidirecionalidade, diálogo e permutabilidade), separando a linguagem hipertextual em três grandes comportamentos de usabilidade:

Enquanto no hipertexto potencial apenas o leitor se modifica, permanecendo o produto digital com suas características originais, no hipertexto cooperativo todos os envolvidos compartilham a invenção do texto comum, à medida que exercem e recebem impacto do grupo, do relacionamento que constroem e do próprio produto criativo em andamento. Já o hipertexto colaborativo constitui uma atividade de escrita coletiva, mas demanda mais um trabalho de administração e reunião das partes criadas em separado do que um processo de debate (nesses casos, inclusive, uma única pessoa pode assumir as decisões do que publicar). (PRIMO, 2004, p. 15)

Nesse sentido, apenas ter acesso às plataformas digitais ou multiplicidade de linkagens não determina quanto será interativo e sim conforme a orientação que tal meio recebe em favor à outras partes, nem para si como atividade nem na pluralidade massiva de receptores (Figura 1).

Características interativas	Interação face-a-face	Interação mediada	Interação quase mediada
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

Figura 1 – Categorização da interatividade

Fonte: Primo (2004, p. 4)

Resultante de todas essas possibilidades, dessa comunicação que vai se transformando pela técnica e gamas de interação desencadeia-se a cultura participativa; uma cultura que se opõe à passividade dos espectadores dos meios de comunicação de massa, que não ocupam mais papéis separados de produtores e consumidores, mas sim participantes comuns que determinam o processo, sem estimativa de produto final. Nesse mesmo tema, sobre a inteligência coletiva,

Os hipertextos de auxílio à inteligência cooperativa garantem o desdobramento da rede de questões, posições e argumentos, ao invés de valorizar os discursos das pessoas tomados como um todo. A representação hipertextual faz romper a estrutura agonística das argumentações e contraargumentações. A ligação das idéias a pessoas torna-se nebulosa. Em uma discussão comum, cada intervenção aparece como um microacontecimento, ao qual outros irão responder sucessivamente, como em um drama teatral. (LEVY, 1999, p. 40)

Levy (1999, p. 79), chama a atenção, quando afirma que “invocam à torto e à direito como se soubessem perfeitamente do que se trata”. E, nesse sentido, é possível resgatar a percepção de Lemos para delimitar o que se espera de uma relação interativa.

“conversationality” é a interação, onde o usuário e o computador estão em diálogo permanente, onde a uma ação corresponde um leque de possibilidades de respostas. A interatividade seria uma espécie de “conversa” entre o homem e a técnica através das interfaces. (LEMOS, 1997, p. 5)

Colocar apenas o “clique” como determinante, ou a livre escolha do que assistir, que frequência escutar, que página ler, não é o suficiente para definir interatividade. De uma forma geral, o receptor nunca é passivo, mas se torna interativo quando a possibilidade de participar do processo é mútuo, colaborado, e muda o resultado final podendo ser a ação de uma ou ambas partes, sendo comparado à comunicação mediada pelo telefone. (Levy, 1999, p. 74).

Contudo, ainda é um caminho, que na prática comercial acontece de forma mais lenta; percebe-se a ordem de cientificidade, apropriação do público e tempos depois o uso comercial com a determinação de parâmetros conforme o comportamento do público que utiliza tais técnicas. O caminho para uma libertação e convergência midiática parece estar em construção, uma vez que um processo digital não garante, necessariamente, a dialogicidade. Este é um grande paradigma que coloca em questionamento formatos ideais. Entender o trajeto que a tecnologia alçou em potencialidades apossadas pelos envolvidos no processo ao longo dos anos é fundamental para se chegar ao panorama atual. Não só as plataformas mudaram, mas quem permeou a revolução tecnológica e atribui sentido à elas também se sentiu mudado; novos procedimentos nas rotinas diárias, novos comportamentos e uma maneira de pensar que serão discorridos no capítulo a seguir.

## **2 Cultura da convergência: a comunicação na contemporaneidade**

Chega-se ao escopo de uma realidade que surge de maneira natural como decorrência da utilização do ciberespaço, estabelecimento da cibercultura e delineada por bibliografias; sobre a convergência midiática, das diversas mídias em uma única plataforma digital, pode-se referir 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”. (JENKINS, 2009, p. 27).

Constatação essa que as “velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. (JENKINS, 2009, p. 27).

Trata-se de uma realidade em processo, mutável. A inteligência coletiva resultante dessa construção e desconstrução constante pode ser delimitada pelas ressignificações na linguagem e comunicação entre as pessoas: “A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros.” (JENKINS, 2009, p. 28).

Como resultante dessa aceleração das alterações técnicas destacam-se a participação potencial colaborativa conforme narra Henry Jenkins: “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia.” (2009, pg. 27). Assim de maneira mais ampla,

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. (JEKINS, 2009, pg. 27).

Porém, tal configuração encontra-se em esboço ainda. Trata-se de algo profetizado e que encontra efetivação nos primeiros passos avançados, mas na prática questões da convergência midiática ainda são desejadas por produtores de conteúdos, já que,

Mesmo se podendo reconhecer o avanço dessa formulação em contraste com o tradicional modelo informacional e massivo, é preciso denunciar a deficiência da proposta. Mantém-se ainda a polarização e a supremacia de um extremo, que tem o privilégio de se manifestar, enquanto a outra ponta ainda é reduzida ao consumo, mesmo que agora possa escolher e buscar o que quer consumir. (PRIMO, 2007, p.11).

O extremo a que o autor se refere, diz respeito as estratégias adotadas pelos os meios de comunicação de massa, - cujos mecanismos de funcionamento contam com a passividade, ou o baixo nível de interatividade que é permitido ao espectador, ouvinte, leitor - utilizam na tentativa de se readequar ao que esse mesmo espectador, ouvinte leitor (e que agora fazendo parte do esboço digital, também pode ser chamado de usuário) impõe como necessidade. A ineficiência dessa adequação gera desinteresse do conteúdo programado, já que a dissonância entre a organização mental do usuário esquematizada para a internet e para os meios de comunicação tradicionais entra em conflito; conflito que também ocorre nos conteúdos e nos formatos que essas mesmas emissoras criam para suas plataformas digitais, que de modo geral não apresentam características da convergência midiática; uma hipermídia que ainda encontra-se em projeção e ensaio.

Como ressaltado no início do capítulo e fazendo referência ao quadro exemplificado (Tabela 1), “questões políticas, culturais, estéticas, econômicas, sociais, educativa e até mesmo epistemológica do nosso tempo, são cada vez mais condicionadas à configurações da comunicação”, (LEVY,1999, p. ). As mídias, que palpavelmente continuam as mesmas, se tornam mutantes e proliferam pela virtualização da informação, do progresso das interfaces; tudo isso pelas possibilidades colaborativas lançadas aos interagentes que parecem estar em lado obscuro, não interpretado ou absorvido pelos que resistem em se manter no formato tradicional de comunicação.

A falta de interatividade ou impossibilidade de plataformas participativas parecem esbarrar em questões como:

- as possibilidades de apropriação e de *personalização* da mensagem recebida, seja qual for a natureza dessa mensagem;
- a *reciprocidade* da comunicação (a saber, um dispositivo comunicacional “um-um ou “todos-todos”);
- a *virtualidade*, que enfatiza aqui o cálculo da mensagem em tempo real em função de um modelo e de dados de entrada; [...];
- a implicação da imagem dos participantes nas mensagens [...];
- a *telepresença* (LEVY, 1999, p.185)

É justamente tentando transpor as barreiras, ou melhor, linhas que separam os mídias das formas de interatividade que se encontra o meio televisivo, testando ações e perdido ainda no meio das possibilidades e avanços tecnológicos que pretendem-se ser apresentados no próximo capítulo.

### **3 Comunicação televisiva: da cultura de massa analógica, para uma convergência midiática em TV Digital e Web TV**

Segundo Wolton (2007), a utilidade da televisão está em “unir indivíduos e público, que de um outro ponto de vista tudo separa, e lhes oferecer a possibilidade de participar de uma atividade coletiva”. Esta significância da televisão como meio de comunicação aconteceu gradativamente. Desde a primeira manifestação que contribuiria para o que constitui, e vem sendo aprimorado do meio televisivo, em 1817 até a década de 40 e início dos anos 50, quando “a TV entrou na vida de praticamente todos os países e se firmou como meio de informação e comunicação de massa” (PATERNOSTRO, 1999, p.24), o processo de veiculação de conteúdo se manteve estático. De lá para cá as mudanças envolveram quase que totalmente a parte técnica (de preto e branco à cores, transmissão via satélite, aparelhos receptores e transmissão via cabo), mas em pouco os conteúdos, grades e formatos jornalísticos instituídos no rádio e adaptados na televisão, como por exemplo, jornais, programas de auditório e novelas ou na forma de se perceber o formato adaptado aos estilos estrangeiros, com influência americana ou europeia.

O passo decisivo da tecnologia televisiva chegar ao Brasil foi dado por Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo que nesta época já dominava um conglomerado informativo de rádios e jornais. Embora haja controvérsias e igualmente falta de documentação, a data inaugural oficial que se tem da primeira emissora é de 18

de setembro de 1950, dia em que entrava no ar a PRF-3 TV Difusora e depois TV Tupi de São Paulo. (PATERNOSTRO, 1999, p.28). Entre as características que ainda são realidade, desde o início do século passado,

Tecnicamente a transmissão analógica acarreta a perda de quase a metade dos pontos que formam uma imagem e dificultam a captação de sinais por receptores em movimento. Entre as características comunicacionais da televisão, sob o suporte analógico, estão a não possibilidade de interatividade da audiência com ou através do aparelho televisor e a linearidade da programação determinada pela emissora. (SCHAEFFER, 2008, p.2).

Se tratando de qualidade, os rumos que segue a televisão no Brasil é a *High Definition (HD)*, e junto dele a tecnologia digital que codifica cada elemento de imagem, áudio, texto e dados “em um código binário, graficamente representado por zero (0) e um (1), transmitidos em uma sequência contínua, a mesma linguagem utilizada por computadores”. (SCHAEFFER, 2008, p.2).

O processo por qual passa a implementação do suporte de substituição visando aumento de qualidade na mídia além de ampliação das possibilidades de utilização ganha incentivo governamental. Para cumprimento da política pública foi estipulado prazo para que todas as emissoras de televisão se adequassem à transmissão de sinal digital, embora o processo ainda se desse de forma analógica, conversores são usados para haja compatibilidade no processo. Para tanto, aparelhos fabricados posterior à determinação já operam com o sinal digital e mais,

O governo federal estipulou a obrigatoriedade de implantação do Ginga na produção de televisores de LCD e plasma produzidos na Zona Franca de Manaus. Pela norma, os fabricantes de receptores terão que entregar 75% dos aparelhos produzidos até dezembro de 2013 e em 90%, a partir de janeiro de 2014, com o middleware brasileiro da interatividade da TV digital. (site<http://www.dtv.org.br/interatividade/>)

O middleware Ginga trata-se de uma camada intermediária *open source* de software. Ele permite que os aplicativos transmitidos pelas emissoras sejam executados e escolhidos em equipamentos de diferentes modelos e fabricantes, com a seguinte dinâmica e obedecendo a Norma ABNT NBR 15606 para TV Digital Brasileira,

Os aplicativos interativos são geralmente transmitidos no mesmo sinal onde estão a imagem e o som que chegam nos receptores de TVs. Se a pessoa tiver um receptor DTVi, toda vez que uma emissora transmitir uma interatividade, esta será sinalizada no canto da tela. (site <http://www.dtv.org.br/interatividade/>)

Tal usabilidade da TV Digital ainda não atingiu plenitude, por estar em processo de adequação, tanto de técnica quanto na atuação profissional. A apropriação do televisor como mídia digital, procura estar evidente com a (multi)utilização por meio da disponibilidade de conexão a outros equipamentos digitais. “As já populares portas USB permitirão a conexão de outros dispositivos de mídia” (SCHAEFFER, 2008, p.6). Embora o autor saliente conectividade como tocadores de música e vídeos, câmeras digitais e periféricos como teclados, impressoras, joystick e câmeras de vídeo, é importante salientar a conectividade com dispositivos interconectados em rede, *mobile* ou fixos.

Essa demanda de interconectividade e que atende ao mesmo tempo à multimediatização parece ser mais palpável na internet, já que a perspectiva que se tem obedece à premissa de que “Não queremos reproduzir hoje, a mesma forma de pensar anterior a internet, procurando adaptar a televisão e o rádio a um meio em que ainda não se tinha a menor ideia de como estaria” (BRASIL, 2002, p.53).

Na Internet, pela primeira vez, há a possibilidade de se contar uma história exatamente da forma como ela deve ser contada, usando uma dessas mídias ou todas ao mesmo tempo, a fotografia estática, o vídeo, sendo possível misturá-las. A interatividade dessas mídias e a escolha de como contar uma história são totalmente abertas a todas as possibilidades de comunicação. (BRASIL, 2002, p.56).

O sucesso, no entanto, é inegável há cinquenta anos: o surgimento do cabo, seguido dos canais temáticos, não colocou em questão a economia geral da televisão que se divide em três partes desiguais: uma maioria para a televisão generalista, os serviços a cabo, a multimídia. (WOLTON, 2007, p. 62). Sob este espectro de

separatismo em que os aspectos televisivos são percebidos está a grande questão da convergência midiática. Há, um problema em questão que se refere ao acesso:

os estudos sobre demanda e cadeia de valor da TV digital (CPqD, 2007) apontam que os principais impulsionadores da mobilidade e portabilidade serão as recepções em microcomputadores (especialmente em *laptops* conectados a um receptor de TV digital móvel com uma pequena antena e software específico), em automóveis (aproveitando a tendência de incorporar ao aparelho de som do veículo telas de LCD, deverão ser lançados conversores específico, até sua incorporação nos sistemas de som e vídeo) e, principalmente, em celulares. (SCHAEFFER, 2008, p.6).

E outro, que é entorno ao conteúdo, embora a TV Digital se proponha a disponibilizar interatividade para o consumidor, a produção de conteúdo ainda está restrita ao provedor e determinada por ele,

A abundância de imagens não supre a necessidade de programação, ela a reforça. O que obscurece o argumento um pouco demagógico segundo o qual “o telespectador escolhe o que ele quer”. Sim, o espectador escolhe, mas a partir de uma oferta organizada. *O espectador não é programador.* (WOLTON, 2007, p. 74).

Abaixo (Figura 2), um diagrama comercial usado por empresa do ramo para exemplificar como é desenvolvido o trabalho e que complementa a afirmação da citação anterior, em que o público pode escolher o que acompanhar, mas dentro de uma grade previamente estipulada.

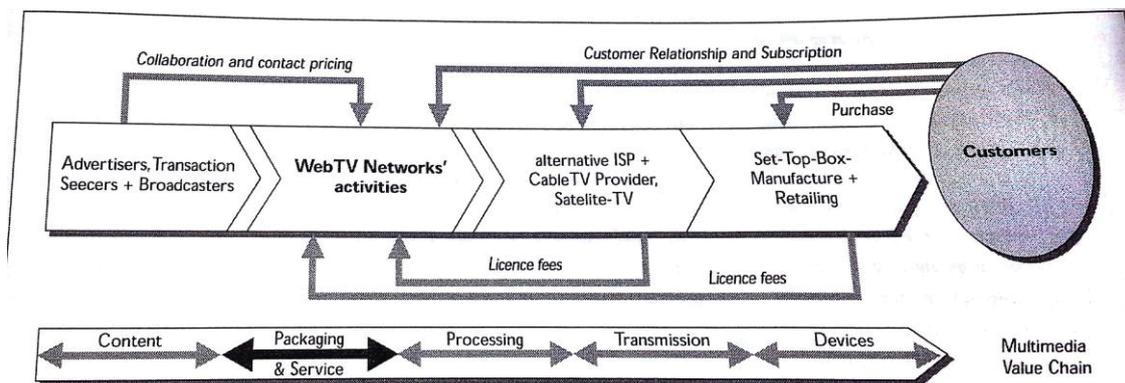
## Diagrama de Funcionamento



Figura 2 – Diagrama comercial utilizado por empresa nacional

Fonte: Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/webtv>

Especula-se porém, superar estes impasses com possibilidades que trasporiam tais limitações em que não há processo de comunicação, ou seja, troca de informações e colaboração. Castro (2005), Mota e Tome (2005), Bolaño e Brittos (2007) apud Schaeffer (2008), citam possibilidades vistas na internet associadas à televisão, baseadas em um canal de retorno intermitente, como: Programas educacionais interativos, Votação via TV digital, Leitura de *e-mail* e *Download* de conteúdo. Sobre uma interatividade plena, Mota e Tome (2005), Holanda (2004), Martins e Holanda (2005), Lemos (2005), Prado (2005) e Bolaño e Brittos (2007) apud Schaeffer (2008), colocam: Comércio eletrônico e transações bancárias, personalização de espaços, Ligações de videofone na TV, Transmissão ou troca de videomensagens, Interatividade sobre o conteúdo por meio de *links* nas mensagens audiovisuais, através dos botões do controle remoto, demais serviços associados à Internet. Possibilidades por hora ainda levantadas, já que o processo de digitalização no Brasil teve início em 2007 e deve perdurar até 2016, prazo estipulado para que os receptores e as emissoras atualizem-se com a nova tecnologia.



■ Figure 3: Business Model for "WebTV Networks" located in the Multimedia Value Chain

### Figura 3 – Modelo de Web TV

Fonte: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241279909384480?journalCode=hijm20>

A proposta de muito mais que interagir através de hiperlinks ou conteúdo hipermediático disponibilizado pelo processo de digitalização da TV brasileira e produção de conteúdo, está na participação colaborada desse produto muito mais visível em iniciativas por meio de *WebTV*. O recentismo de tal formato faz com que seja desprovido de características (Figura 3). Em iniciativas práticas se percebem:

- *Disponibilização do conteúdo da mídia tradicional televisão na internet*: é o caso de sites como G1.com que disponibiliza vídeos de todos os programas com diferença de minutos ou horas depois da exibição no primeiro espaço; não tem compromisso com a instantaneidade da informação.
- *Veiculação de vídeos específicos para internet*: é o caso das *web séries* que são pensadas e veiculadas via mídias sociais (Youtube, Vimeo) ou em canal próprio desenvolvido por empresas especializadas em programação (Web TV corporativas, de comunicação interna, etc.); não tem compromisso com a instantaneidade da informação.
- *Transmissão ao vivo via streaming*: é o caso do uso de mídias sociais ou site desenvolvido por empresas especializadas de eventos, cotidiano, ou seja lá qual for o assunto. Como exemplo estão as transmissões via Twittcam e Instagram, de shows via YouTube, de palestras ou conversa via Skype, chats, etc. Considera a instantaneidade da informação;
- *Canal de TV web com grade de programação*: Iniciativas de Web TV como a AllTV que veicula vídeos dentro de programas pré-definidos.

E quanto aos provedores, podem ser divididos em seis categorias:

- Principais redes de TV
- Estações de TV locais
- Grandes empresas de produção cinematográfica
- Conglomerados de mídia
- Empresas licenciadoras de tecnologia para vídeo na Internet
- Produtores independentes de vídeo e animação (BRASIL, 2011)

Na maioria das caracterizações apresentados acima, as iniciativas apenas buscam facilitar o acesso ao conteúdo que já produzem para o público que está na internet e não mais sentado na frente da televisão. E isso pode ser exemplificado segundo a afirmação de Brasil (2011).

Segundo dados recentes, o serviço de WebTVs tem aproximadamente 1,5 milhão de assinantes em diversos países, o que lhe confere uma penetração em torno de 1,5% no universo de usuários de acesso DSL, em banda larga. As estatísticas contabilizam um crescimento de 40% na base de assinantes ao longo dos primeiros seis meses do ano. O mesmo estudo projeta para 2006 um crescimento expressivo da oferta do serviço de WebTVs no mundo. (BRASIL, 2011)

A constatação abaixo exemplifica o momento paradigmático em que a televisão brasileira se encontra.

A fórmula do Jornal Nacional funcionou durante muito tempo e era muito eficiente. Hoje em dia, porém, estatísticas mostram que o telejornalismo tradicional está caindo de audiência e principalmente envelhecendo, fenômeno que se observa no mundo inteiro. [...] Ainda se está muito longe de mudar essa situação embora exista a intenção, existiam as ideias e muitos momentos ricos em novas tentativas. (BRASIL, 2002, p.44-45).

Neste modelo de migração da televisão para a internet há interconexão com as redes sociais de forma explícita e não dissociada em aparelhos diferentes, linguagens diferentes e tempos diferentes. Essa convergência televisiva acontece em conteúdo colaborativo. “Com o telejornalismo digital temos a possibilidade de errar, cabendo ao

espectador interagir, comunicar, dizendo o que está havendo, erros e acertos, se funciona ou não, se a mensagem foi passada ou não”. (BRASIL, 2002, p.44). E além do que está sendo veiculado já em uma mídia digital escolhida para a *Web Tv* a convergência acontece considerando as demais mídias sociais onde respingam as opiniões, comentários, críticas, etc., e deve haver a conversa e colaboração em torno do produto final. Há que se referir, como principais mídias sociais utilizadas (TELLES, 2011) para dialogar e potencializar a comunicação gerada pelos canais de televisão. Destacam-se:

- a) Sites de relacionamento social: *Facebook*<sup>9</sup>
- b) Blogs e Microblogs: *Twitter*<sup>10</sup>;
- c) Sites de compartilhamento de vídeos: *YouTube*<sup>11</sup> e *Vimeo*<sup>12</sup>;
- d) Sites de compartilhamento de fotos: *Instagram*<sup>13</sup>

Fazer referência às tais mídias remete não somente ao uso instituído delas no cotidiano da população mundial, mas também ao forçado uso às instituições, já que muito da relação ou consumo de informações acontece exclusivamente nesses espaços. Essa estruturação que vem acontecendo, faz surgir o conceito de Mídia Locativa, que são processos de emitir e receber informação digital, em um determinado local, ou de lugares/objetos, amplificada pelas modalidades mobiles.

Mídia Locativa. Tecnologias e serviços baseados em localização (LBT e LBS) cujos sistemas infocomunicacionais são atentos e reagem ao contexto. Ação comunicacional onde informações digitais são processadas por pessoas, objetos e lugares através de dispositivos eletrônicos, sensores e redes sem fio. Dimensão atual da cibercultura constituindo a era do “ciberespaço vazando para o mundo real” (Russel, 1999), a era da “internet das coisas”. (LEMONS, 1997, p.40)

---

9 Mídia social para criação de perfis e aproximações por interesse, amizades ou curtidas, que permitem redes sociais de relacionamento por meio de mensagens, *feeds* de notícia, compartilhamentos de mídias convergidas, uso de aplicativos. Diferenciação de perfil e página. (TELLES, 2010, p.83).

<sup>10</sup> *Microblogging* de integração com o Messenger e *Google talk*; posts podem ser lidos com *Feed RSS*, uso de aplicativos, permite convergência midiática. (VAZ, 2010, p. 484). Local de alta interatividade, onde as mensagens são relativamente curtas; preza pela instantaneidade. (TELLES, 2010, p.62).

<sup>11</sup> Site de compartilhamento de vídeos, onde se pode criar perfil/canal próprio para veiculação de destes e de transmissão ao vivo. Pode-se usar tags e inscrever-se no canal para receber atualização, ainda inserir comentários. . (TELLES, 2010, p.26).

<sup>12</sup> Site de compartilhamento de vídeos. (TELLES, 2010, p.26).

<sup>13</sup> Mídia Social para compartilhamento de fotos, com a peculiaridade mobile; só pode ser alimentado via dispositivos móveis e visualizado em computadores convencionais. Possui conectividade com outras mídias sociais. (TELLES, 2010, p.26).

Este caminho construído, onde um mundo pessoal, paralelo e ao mesmo tempo hiperconectado pode ser estabelecido devem ser considerados; não se trata apenas de mais um espaço ou que se pode dedicar menos atenção ou um peso menor por parte das instituições; trata-se de um ambiente que está interligado à tudo e a todos, com proporções de alcance inimagináveis, muito maior do que a audiência tradicional. Não obstante, diferentemente da audiência pouco palpável, as ações realizadas nestas mídias sociais, que criam redes de relacionamento, assim como qualquer outra ação de planejamento, podem ser mensuradas ou medidas, as chamadas métricas do *case*. Estas podem ser avaliadas isoladamente através de cada mídia social e anexadas à análise da ação como um todo. Analisar como se comportam as emissoras *Globo News Live* e *CNN Watch Live* nas mídias sociais, relacionando o conteúdo veiculado com o conteúdo oficial da TV por assinatura é o que se propõe o próximo capítulo; perceber se há alguma espécie de convergência uníssona nestes canais ou comunicação isolada.

#### **4 Análise sobre como está associada a mídia televisiva de massa às novas linguagens contemporâneas**

A análise utiliza como parâmetro a revisão teórica, principalmente dos parâmetros da comunicação massiva e de novos conceitos comunicacionais para a internet já publicados. Possui como base o acompanhamento de dois canais de televisão e das formas como se comunicam através da internet durante horários nobres, ou seja, do principal telejornal da emissora. Também haverá o comparativo da abordagem de conteúdos na TV à cabo e aberta. A busca de identificação das características que distinguem o conteúdo produzido para a internet de um conteúdo para mídias de massas é o elemento que instiga a pesquisa. Tais aspectos podem levar à suposições de como se associa a produção de conteúdos produzidos para televisão e específicos para a internet, por meio de comparativo de programação nas emissoras *Globo News Live* e *CNN Watch Live* e a produção veiculada em TV à cabo e nas mídias sociais mantidas pelos canais (se optou por acompanhar os telejornais via computador e não televisão pelo fato de facilitar o acompanhamento simultâneo com as redes sociais). O critério de escolha

se deu pelo fato de serem dois canais com grande respaldo no cenário nacional e internacional. Por assim ser, supunha-se que seriam *cases* precursores.

Assim, se quer compreender de que forma se dá a produção de conteúdos específicos para canal de TV e internet nas emissoras *Globo News Live* e *CNN Watch Live* e se há alguma espécie de convergência midiática considerada durante o processo entre os dois meios mantidos por uma mesma emissora. Importante dizer que as mídias/redes sociais observadas são as que os canais mantêm presença e logicamente as mais populares entre o público – *Site (WebTV/mesma conteúdo da TV por assinatura), Facebook, Twitter e Instagram*.

#### 4.1 CNN Live

O Sistema *Cable News Network (CNN)*, é um canal de TV a cabo e por satélite, que é de propriedade da divisão *Turner Broadcasting System of Time Warner*; foi fundado em 1980 por Ted Turner e outros 25 membros. Após o seu lançamento, a CNN foi o primeiro canal a oferecer a cobertura de notícias de televisão 24 horas. Composto a grade de programação, o *CNN Newsroom* é um programa americano de notícias na CNN/, transmitindo ao longo da semana e apresenta reportagens ao vivo e gravadas, além de análise de especialistas sobre as questões que estão sendo cobertas, também há manchetes ao longo de cada hora. O *CNN Newsroom* vai ao ar de forma contínua durante sete horas a partir de 09:00 até 04:00 ET durante a semana e desde o início de setembro de 2008, o programa tem empregado um formato único de apresentação em tais dias. Desde esse ano, vai ao ar durante a semana às 9h00-11:00 ancorado por Carol Costello, Wolf Blitzer ancora das 01:00 - 2 : 12:00 horas e Brooke Baldwin faz a ancoragem por duas horas, das 14:00 - 16:00.

O acompanhamento do telejornal *CNN Newsroom* aconteceu no dia 11/11/13 via canal na internet *CNN Watch Live*, que veicula em tempo real a mesma programação do canal de TV por assinatura CNN. Para tanto foi selecionada a programação norte-americana. O horário escolhido foi o das 2 to 4pm, ou das 17 h e 19h aqui no Brasil, exibido durante os dias da semana, com ancoragem de Brooke Baldwin. Abaixo a

conversão de horários conforme o fuso horário entre Estados Unidos (Eastern Standard Time) e Brasil (horário de Brasília).

#### 4.1.1 CNN Site

Neste dia e neste horário pode-se observar a veiculação de duas matérias correlacionadas e expandidas com entrevista uma em estúdio e outra através de link. O telejornal inteiro teve duração de cerca de oito minutos e quinze segundos. Abaixo a figura site de veiculação, onde também, além de assistir ao vivo é possível rever os arquivos em vídeos. Não há dados sobre audiência ou acessos.

The image shows a screenshot of the CNN Newsroom website. The URL in the browser is [newsroom.blogs.cnn.com/2013/11/11/man-shoots-and-kills-cousin-abductor/](http://newsroom.blogs.cnn.com/2013/11/11/man-shoots-and-kills-cousin-abductor/). The page features a red header with the CNN logo and navigation links. Below the header, there is a section for 'NEWS ROOM' with a video player. The video player shows a woman and a man, with a 'Click to play' button. To the right of the video player, there are social media sharing options (Facebook, Twitter, LinkedIn) and a 'Recommend' button. Below the video player, there is a section for 'Today on CNN Newsroom' with a 'LIME' logo and the text 'Bringing you the latest news from the Middle East'. At the bottom of the page, there is a section for 'Follow @CNNNewsroom' and 'On Twitter'.

**Figura 4** – Web TV CNN

Fonte: Disponível em <http://live.cnn.com/>

#### 4.1.2 CNN Facebook

Durante a programação observou-se uma postagem relacionada ao assassinato de forma simultânea ao programa que estava sendo veiculado via TV por assinatura. A postagem se tratava de um vídeo editado, como resumo, postado primeiramente no site (vídeo mais transcrição) e compartilhado como link no *facebook*. Abaixo a figura da rede social de veiculação. Só na página há 7,2 milhões de curtidores (que recebem para obter as atualizações do canal). A postagem referida teve 9.072 pessoas curtidas, 513 compartilhamentos e 874 comentários.



**Figura 5** – Facebook CNN

**Fonte:** <https://pt-br.facebook.com/cnn>

#### 4.1.3 CNN Twitter

O *twitter* oficial da CNN possui atualizações constantes – contabilizadas mais de vinte *twetts* e *rettwetts* no dia 11/11/13, já que os programas da grade de programação CNN mantém perfis de forma isolada e são usados para abastecer o perfil oficial da emissora. O *twitter* mantido pela CNN Newsroom ao que se percebe é atualizado pelos próprios âncoras, sem nenhuma postagem desde 27/10 e no perfil do *twitter* particular do âncora não há postagens relacionadas ao trabalho; mesmo que houvesse não haveria quem retwitasse para o perfil do telejornal. Mesmo desatualizado o perfil possui 214.918 seguidores. Abaixo a figura da rede social de veiculação.



Figura 6 – Twitter CNN  
Fonte: <https://twitter.com/CNN>

#### 4.1.4 CNN Instagram

Ao contrário do *Twitter*, o *Instagram* não está dividido por programa e conta com atualização diária. No dia 11/11/13 uma foto dos estragos causados pelo furacão que passou pelas Filipinas foi postada; a foto foi repercutida no dia, já que a notícia era

de dias antes e já não era mais foco principal dos telejornais; a foto obteve 1.205 curtidas e o perfil tem 87.305 seguidores. Abaixo a figura da rede social de veiculação.

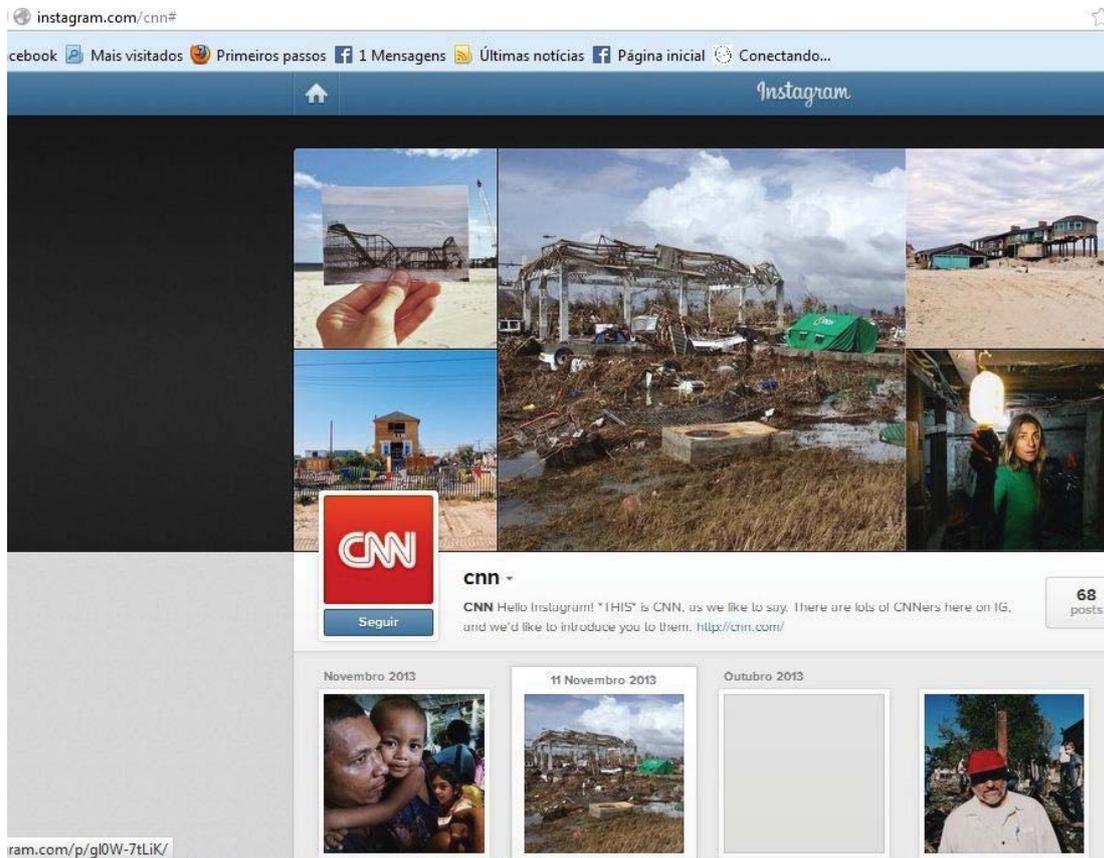


Figura 7 – Instagram CNN  
Fonte: instagram/CNN

## 4.2 Globo News Live

A Globo News é um canal de televisão brasileiro por assinatura, que mantém veiculação de notícias durante 24 horas; sendo vinculado às Organizações Globo. Foi criado em 15 de outubro de 1996. O estúdio de origem e principal está localizado no Rio de Janeiro, mas possui ainda estúdios em São Paulo/SP, Brasília/DF e Nova York/EUA. Especificamente o Jornal das Dez, faz parte da grade de programação de segunda a segunda-feira, a partir das 22 horas com ancoragem de Mariana Godoy; trata-se de um

telejornal noturno preenchido com entrevistas, debates, correspondentes internacionais e comentaristas.

O acompanhamento do telejornal Jornal das Dez aconteceu no dia 11/11/13 via canal na internet Globo News Live, que veicula em tempo real a mesma programação do canal de TV por assinatura Globo News mediante *login*.

#### 4.2.1 Globo News Site

Neste dia e neste horário pode-se observar a veiculação de treze notícias, entre elas reportagens e notas cobertas. O telejornal inteiro teve duração de cerca de meia hora. Abaixo a figura site de veiculação, onde também, além de assistir ao vivo é possível rever os arquivos em vídeos. Não há dados sobre audiência ou acessos.



Figura 8 – Web Tv Globo News  
Fonte: g1.globo.com/globo-news

## 4.2.2 Globo News Facebook

O perfil da Globo News não se subdivide por programas, sendo assim faz postagens chamando algum fato destacado da programação, geralmente antes do programa acontecer. Durante a programação do Jornal das Dez do dia 11/11/13, observou-se que nenhuma postagem relacionada ao referido foi postada no *facebook*, mesmo havendo 13 matérias de perfil nacional e internacional de grande interesse da população. Não são veiculados vídeos após a postagem no site G1.com, por exemplo. No dia seguinte à análise houve uma postagem relacionada ao telejornal, com o formato tradicional de montagem usada, chamando para a principal reportagem da noite. Abaixo a figura da rede social de veiculação. Só na página há 548 mil curtidores (que recebem para obter as atualizações do canal).



Figura 9: Facebook Globo News

Fonte: <https://pt-br.facebook.com/GloboNews>

## 4.2.3 Globo News Twitter

O *twitter* oficial da Globo News possui atualizações constantes – contabilizadas cerca de 25 *twetts* e *rettwetts* no dia 11/11/13, já que os programas da grade de programação mantém perfis de forma isolada e são usados para abastecer o perfil oficial da emissora. O *twitter* mantido pelo Jornal das Dez está sem nenhuma postagem desde 05/02/12 e no perfil do *twitter* particular do âncora percebe-se postagens de trabalho, disposição de links de vídeos misturadas às pessoais, respostas à audiência, etc. Mesmo desatualizado o perfil possui 5.612 seguidores. Abaixo a figura da rede social de veiculação.



Figura 10: Twitter Globo News  
 Fonte: <https://twitter.com/canalglobonews>

#### 4.2.4 Globo News Instagram

A presença da Globo News no *instagram* está unificada enquanto emissora e é recente. As mesmas postagens feitas no *facebook* (montagens chamando determinado assunto de determinado programa) são veiculados no *instagram*. Dessa forma, no dia 11/11/13 não houve veiculação relacionada ao telejornal O perfil possui 548 seguidores. Abaixo a figura da rede social de veiculação.



Figura 11 – Instagram Globo News  
Fonte: instagram/globonew

### 4.3 Convergência midiática de conteúdo na televisão e redes sociais

Pesquisadores alemães na área de Web TV, Dowling; Lechner; Thielmann, apud Thielmann e Dowling (1998), definiram como convergência midiática aplicada ao então novo segmento analisado em 1999 como,

Convergence describes a process change in industry structures that combines markets through technological and economic dimensions to meet merging consumer needs. It occurs either through competitive substitution or through the complementary merging of products or services or both at once<sup>14</sup>. (1998, p. 4).

Se para que haja convergência midiática é necessário atender as necessidades dos consumidores, por meio da fusão de produtos e serviços, de forma simultânea, Priolli apud Brasil (2011), faz um comparativo entre as possibilidades do telejornal tradicional de massa, com o que veicula na web, que pode ao mesmo tempo estar associado à mídias digitais:

o telejornal de TV e apenas um telejornal. Na Web você conta com a Internet, pode se aproveitar todos os recursos, adaptar o produto, além de uma série de suportes. As pessoas estão buscando informações profissionalmente e não por entretenimento. O telejornal na Internet tem a possibilidade de ser mais completo porque disponibiliza além de áudio e vídeo, ferramentas de texto, discussões através de chats, salas de bate-papo.

Para tanto, considerando toda a revisão bibliográfica, além das características de convergência midiática do jornalismo na web, além da integração entre todos os perfis presentes na rede, esquematizou-se as postagens descritas nesse capítulo e associou-se chaves de texto extraídas que caracterizam tal convergência midiática. Como resultado tem-se as duas tabelas abaixo, separadas por emissora e programas para interpretação.

---

14 Convergência é um processo de mudança nas estruturas das instituições, ou seja, combina mercados através das dimensões tecnológicas e econômicas para atender as necessidades dos consumidores. É uma fusão que ocorre, que através da substituição competitiva ou complementar de produtos ou serviços, ou ambos ao mesmo tempo.

CNN Watch Live – CNN Newsroom - from 2 to 4pm/ 17 h e 19h.ET on weekdays				
TV Live	Facebook		Twitter	Instagram
Nº de matérias: - 01 : <i>Man shoots and kills cousin's abductor</i> , seguida de entrevista com advogado criminal, 02min52seg  - 02: <i>Study: Violence triples in PG-13 movies</i> seguida de entrevista com <i>Chairman and CEO of the Motion Picture Association of America</i> Duração 05min11seg	1 Postagem relacionado ao assassinato: Vídeo editado, como resumo e postado no site (vídeo mais transcrição) compartilhado como link no facebook		Atualizado pelos próprios âncoras, sem nenhuma postagem desde 27/10	Postagem: 01 postagem do que sobrou de um aeroporto depois da passagem do “ <i>super typhoon haiyan pummeled Tacoblan Philippines</i> ” na sexta”
Chaves de texto extraídas da Revisão Bibliográfica para comparativo de Convergência Midiática				
Interatividade - Não houve.	Hipertextualidade - Não houve	Personalização/Aproximação do conteúdo - Não houve	Atualização Contínua - Não houve	Mobilidade - Não houve

**Tabela 02** – CNN Watch Live

Fonte: primário

Globo News – Jornal das Dez – 22 horas de segunda a segunda-feira			
TV Live	Facebook	Twitter	Instagram
Nº de matérias: - 01: Crise no Grupo X de Eike Batista afeta mercado de trabalho no setor de óleo e gás, 1min49seg  - 02: Copa de 2014 abre vagas para mão de obra na área de serviços, 2min21seg  - 03: Empresa de Eike Batista entra com pedido de recuperação judicial	0	0	0

<p>no Rio 1min12seg</p> <p>- 04: Alemanha lembra os 75 anos da Noite dos Cristais, 03min17seg</p> <p>- Palestinos lembram nove anos da morte do líder Yasser Arafat, 03min43seg</p> <p>- 05: Temporada de carnaval é aberta na Alemanha 0min30seg</p> <p>- 06: Irã vai permitir acesso de inspetores da ONU a instalações nucleares que estavam restritas, 03min45seg</p> <p>- 07: Dilma se aproxima de vizinhos após esfriamento de relações com EUA, 02min40seg</p> <p>- 08: Festival em Cingapura reúne personagens exóticos 0min40seg</p> <p>- 09: Polícia prende 15 suspeitos de aplicar golpes milionários em cinco estados, 02min22seg</p> <p>- 10: Reunião do Partido Comunista Chinês promete reformas econômicas 'sem precedentes', 05min39seg</p> <p>- 11: Estação Espacial Internacional captura</p>			
--	--	--	--

<p>imagens impressionantes do tufão Haiyan, 0min34seg</p> <p>- 12: Comissão de Direitos Humanos do Senado visita antiga sede do DOI-Codi, em SP, 02min29seg</p> <p>- 13: Autoridades enfrentam dificuldades para levar suprimento para vítimas nas Filipinas, 03min42seg</p>				
<b>Chaves de texto extraídas da Revisão Bibliográfica para comparativo de Convergência Midiática</b>				
<p>Interatividade</p> <p>- Não houve</p>	<p>Hipertextualidade</p> <p>- Não houve</p>	<p>Personalização/Aproximação do conteúdo</p> <p>- Não houve</p>	<p>Atualização Contínua</p> <p>- Não houve</p>	<p>Mobilidade</p> <p>- Não houve</p>

**Tabela 03** – Globo News Live  
Fonte: primário

Percebe-se que as características levantadas considerando a cibercultura, interatividade, inteligência coletiva e cultura da convergência das quais se extrai as categorizações: Interatividade, Hipertextualidade, Personalização/Aproximação do conteúdo, Atualização Contínua e Mobilidade não opera na prática, nas duas emissoras. A CNN ainda está em vantagem por possuir maior atualização nas mídias que mantém. Já a Globo News peca por perfis pouco atualizados, visivelmente inativos.

- Interatividade: Se for considerar o número de curtidores/assinantes nas páginas do facebook mantidas pelas emissoras somam-se 7,1 milhões – com o aumento de observado demais um milhão na semana seguinte – da emissora internacional e 548 mil curtidores da nacional. Trata-se de um alcance menor, se comparado à estimativa de público formal dos canais, porém pela primeira vez este número é concreto e não estimado. São milhões de pessoas, por iniciativa própria querendo receber as atualizações dos canais e não porque simplesmente a televisão está ligada em um restaurante ou na sala de casa sem ninguém assistindo, por exemplo. Este número é

ainda exponenciado diversas vezes pelo *buzz* (quase como um efeito bola de neve) que vai gerando cada ação na rede, que leva determinada publicação ser vista inúmeras vezes, voltar a aparecer no *feed* de notícias recentes e assim por diante. Essa audiência gratuita e ávida por informação não está sendo levada em conta, pelo menos com o mesmo peso e compromisso, se comparada ao meio tradicional de comunicação. Na proporção de duas para um ou todas e nenhum, se estabelece a relação entre conteúdos veiculados na TV à cabo e web e redes sociais. Quando há uma espécie de simultaneidade tímida, em ambos os casos o aceite da informação postada de forma automatizada, com compartilhamento de link ou apenas arte padronizada possui grande apelo; os números de curtidas e compartilhamentos estão nas casas dos milhares. Porém, outro ponto importante a ser ressaltado é que não retorno/resposta/curtidas por parte do canal. Trata-se de uma comunicação unidirecional em rede, que mesmo em um ambiente colaborativo, a maneira de administrar ainda conserva as mesmas características de uma comunicação para massas.

- Hipertextualidade: Característica de uma multimídia através de múltiplos links ou leituras, possibilidades não conferem nas postagens das emissoras. Embora agreguem texto e vídeo, texto e imagem, conservam em si um ou nenhum link para redirecionamento. Não se observa o uso de *hashtags* (criação de grupos virtuais agregados por meio de palavras citadas). Também não conexão entre os assuntos e direcionamentos comum em sites, por exemplo, com links de “continue lendo”, matérias relacionadas, uso de referências, etc.

- Personalização/Aproximação do conteúdo: Seja pela linguagem usada, em que se percebe a cópia do que diz a própria notícia, ou seja, não é realizado um diálogo mais informal e pessoal no texto escrito, ou então com uso de outras iniciativas criativas como a criação de campanhas, estímulo de “conte sua história”, “mande sua foto”, “espaço do telespectador” e identificação/humanização, não se percebem nas poucas postagens. Características salientadas aqui que aparecem muito mais na comunicação proposta via televisão do que no espaço aberto, mais informal e fértil para a aproximação e criatividade que é a internet e redes sociais.

- Atualização Contínua: Neste quesito há de considerar que mesmo pouca houve algum tipo e atualização. A própria criação/presença dos perfis já é um indício de respeito à impotência desses meios na rede, de comunicação. Outro ponto a se considerar é que embora se considere que quatro postagens por dia é um número razoável para o

*Facebook*, por exemplo, é muito relativo às características que o veículo possui e linha editorial que deve ser definida pelo canal. São perguntas para serem refletidas: Temos bom volume de conteúdo? Postamos tudo? Vamos dar alguma ênfase para algumas, gerar discussão/polêmica? E após respondidas essas perguntas deve-se seguir esse padrão, para que, por exemplo, não gere problemas de “overdose” que chegue atribua imagem negativa ou sem postagem que identifique abandono do perfil.

- Mobilidade: Não há limites, barreiras geográficas ou fuso horário que entrave a comunicação estabelecida na internet. É importante ressaltar que esse aspecto vale tanto para quem acessa como para quem a coloca em rede e aí está a questão de igualdade, bidirecionalidade e comunicação horizontal, onde todos são comunicadores e consumidores e colaboradores simultaneamente da informação. O que se percebe que todas as partes desse processo estão ali conectadas, atuantes, mas movidas pela estrutura que move o canal de televisão e as redes são apenas mais um canal, sem grande ênfase de cuidado e que é mantido sob a mesma ótica massiva, como continuidade do primeiro, sendo que poderia ou estar associado de forma simultânea de conteúdos ou ainda antecipando o outro e impulsionando audiência.

De maneira geral não se percebeu grande esforço ou interesse das emissoras analisadas em convergir os dois canais de comunicação, internet e televisão. A suposição que se tinha, considerando que são duas das principais emissoras de televisão nacional e internacional, que serviriam de parâmetro ou inovação para as demais nesse ponto também não se confirmou na análise; mesmo sendo grandes veículos, não apostam na comunicação por redes sociais, nem, imagina-se, que disponham de pessoa específica para atender as necessidades dos públicos na internet. As atualizações foram pífias em números e de pouca relevância em conteúdo, nas poucas vezes que aconteceram.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da revisão bibliográfica e desenvolvimento dos quatro capítulos cabe ressaltar que se trata de um assunto rico em interesse e iniciativas de pesquisas científicas. Muitos esforços vêm sendo dispendidos para avaliar aspectos isolados que colaboram para compor e projetar o que deve ser efetivo no cotidiano futuramente. O presente momento, por meio da análise se apresenta dicotômico. No primeiro capítulo pode-se perceber que a pesquisa científica sempre esteve presente para explicar aspectos da sociedade e que previsões de como a sociedade estabeleceria suas relações nas próximas décadas e anos, estavam em partes corretas. No segundo e terceiro capítulo se compreendeu que mesmo havendo esforços externos, informação e tecnologia suficiente, a realidade prática demora a ser modificada, isso no âmbito de resposta emissor/público, relação que na verdade nem existe mais já que está diluída na horizontalidade e colaboração mútua e construtiva da informação, mas ainda presente na maneira de pensar a praticar a comunicação pelas emissoras, que acreditam na soberania da geração de conteúdo. Todos esses indícios levaram a constatação construída na análise, disposta no último e quarto capítulo. Através de quadro onde foram dispostos os dois canais de televisão avaliados, *CNN Live* e *Globo News Live*, se pode perceber o esforço maior para alimentação do canal de massa televisão, qual conserva ainda a característica de não colaboração do público, entre outras já citadas no texto desenvolvido. Sabe-se que para uma convergência midiática plena ainda há questões como a implantação definitiva da TV digital, por exemplo, mas onde poderia haver uma espécie de integração e início de convergência midiática não é realizado.

Esperava-se que pelo número de pessoas que buscam a informação através de curtidas, assinaturas, ou seguir, por exemplo, fosse dedicada atenção maior aos perfis criados e mantidos pelas emissoras. Porém não observou-se efetividade plena em nenhuma das chaves de leitura usadas como parâmetro para uma convergência midiática de perfis/plataformas e conteúdo, sendo elas: a) Interatividade por Lemos, b) Hipertextualidade por Primo, c) Personalização/Aproximação do conteúdo por Levy, d) Atualização Contínua por Jekins, e e) Mobilidade/Liberação dos pólos de emissão por Levy.

## REFERÊNCIAS

BENNETT, W. Lance. *The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics*. Publicado em: <http://www.apsanet.org/imgtest/PSDec98Bennett.pdf> Acesso: 20 Ago. 2013.

BRASIL, Antonio. Convergência Midiática: A TV e os telejornais se encontram na internet. Disponível em: <http://confibercom.org/anais2011/pdf/36.pdf> Acesso: 20 Ago. 2013.

CAETANO, Kati, et. al (org.). *Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais*. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110315-claudia\\_quadros\\_jornalismo\\_e\\_convergencia.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110315-claudia_quadros_jornalismo_e_convergencia.pdf) Acesso em: 05 set. 2013

CALABRE, Lia. *A Era do Rádio*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=YA8-KcfrFfkC&oi=fnd&pg=PA5&dq=historia+do+radio&ots=mKVyfNYDu-&sig=P2qhkbkdJrkYzQinkf4BgfbuZw8#v=onepage&q=historia%20do%20radio&f=false> Acesso em 01 abr. 2013.

DOWLING, Michael; BODO, Thielmann; Convergence and innovation strategy for service provision in emerging WebTV markets. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241279909384480?journalCode=hijm20#preview>. Acesso em 01 abr. 2013.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JOLY, Ana Vitória. Ana Vitória. *A Interatividade na Televisão Digital – Um Estudo Preliminar*. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/joly-ana-interatividade-tv-digital-port.pdf>. Acesso em 01 abr. 2013.

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação: como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Ed. 34, 1999.  
\_\_\_\_\_. *Tecnologias da inteligência*. São Paulo: Ed. 34, 1993. Disponível em: <http://portugues.free-ebooks.net/ebook/As-Tecnologias-da-Inteligencia/pdf/view> Acesso em 03 set. 2013.

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

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV: manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo. (Org.). *Hiperpublicidade: Atividades e tendências.v.2*. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

PRIMO, Alex. *Quão interativo é o hipertexto?* Da interface potencial à escrita coletiva. *Fronteira: Estudos Midiáticos, São Leopoldo*, v. 5, n.2, 2003. Disponível em: [http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/quao\\_interativo\\_hipertexto.pdf](http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/quao_interativo_hipertexto.pdf). Acesso em: 01 set. 2013.

SHAEFER, Olmiro Cristiano Lara. *Interatividade - a tv digital como tecnologia interativa em processos educativos* Disponível em: [www.ppgedu.upf.br/index.php?option=com\\_docman&task=doc](http://www.ppgedu.upf.br/index.php?option=com_docman&task=doc). Acesso em 01 abr. 2013.

SHANNON, *A Mathematical Theory of Communication*. Disponível em: <http://cm.bell-labs.com/cm/ms/what/shannonday/shannon1948.pdf>. Acesso em 01 abr. 2013.

STRAUBHAAR, Joseph D.; LAROSE, Robert; DUARTE, Luiz Guilherme (Rev.). *Comunicação, mídia e tecnologia*. São Paulo: Thomson Learning, 2004.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois?: uma teoria crítica das novas mídias*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

VAZ, Conrado Adolpho. *Google Marketing: O guia definitivo de Marketing Digital*. 3.ed. São Paulo: Novatec Editora, 2010.