



## Transmídia e Redes Sociais: aspectos da inovação no telejornalismo

**Elaide Martins<sup>1</sup>**

**Mariana Castro<sup>2</sup>**

**Isabelle Fecury<sup>3</sup>**

Universidade Federal do Pará

**Resumo:** A partir de um olhar direcionado ao JR News, este trabalho procura compreender os usos e apropriações da transmídia e das redes sociais enquanto aspectos de inovação no telejornalismo. O JR News se autodenomina o primeiro telejornal transmídia do Brasil e usa as redes sociais para transmitir suas edições, chamadas e até suas reuniões de pauta, ao vivo, com a participação do público. Adotando-se a observação direta e entrevista semiestruturada como procedimentos metodológicos, este artigo ampara-se em Charron e Bonville (2016), Recuero (2009), Alzamora e Tárzia (2012), Zago e Bastos (2013), Canavilhas (2013), Martins, Castro e Fecury (2017) para suas reflexões teóricas. Dentre seus principais resultados, aponta intersecções entre transmidialidade e redes sociais como alternativa para o jornalismo frente aos seus conflitos e às mudanças na contemporaneidade.

**Palavras-chave:** Jornalismo Transmídia; Redes Sociais; Inovação no jornalismo; Telejornalismo; JR News.

### 1. Introdução

A inovação no jornalismo pode ser compreendida sob diversos aspectos, seja em suas narrativas, processos produtivos, recursos tecnológicos e interativos ou mesmo na

---

<sup>1</sup> Docente da Universidade Federal do Pará (UFPA). Doutora em Ciências Socioambientais (Naea/UFPA). [elaide@ufpa.br](mailto:elaide@ufpa.br)

<sup>2</sup> Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Pará. [marianacastro@gmail.com](mailto:marianacastro@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestranda em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Pará. [isabellefecury@gmail.com](mailto:isabellefecury@gmail.com)

circulação e consumo das informações. Em uma abordagem sobre práticas para a inovação nas organizações de notícias, Silverman (2015) discute o papel dos gestores e as condições para criar uma cultura e uma estrutura para a inovação, a fim de buscar e gerar novas ideias e coletar um *feedback* da audiência. Ele define a inovação “como o processo de trazer novas práticas, cultura e produtos vivos dentro de uma organização” (2015, n.p., tradução nossa).

Em um contexto de convergência jornalística, Barbosa (2012, p.1) aponta “os dispositivos móveis, as bases de dados e a distribuição multiplataforma como agentes de inovação, renovação e reconfiguração” do jornalismo, propondo uma reflexão sobre o dinamismo nesse contexto. Para ela, um produto jornalístico digital dinâmico “é aquele cujo conteúdo é continuamente renovado, inter-relacionado, contextualizado, trabalhado segundo distintos formatos multimídia” (2012, p.1). Isso nos remete ao uso das narrativas hipermídia, multimídia, transmídia (MARTINS, 2012; ALZAMORA; TÁRCIA, 2012; SCOLARI, 2013; LONGHI; MARTINS, 2017); imersivas (TÁRCIA, 2011; CANAVILHAS; BACCIN, 2015); e as de realidade virtual (MARQUES, 2016; SCOTT, 2016), que apontamos como inovação no jornalismo.

Neste trabalho, buscamos compreender: como os usos e apropriações da transmídia e das redes sociais digitais constituem-se aspectos de inovação no telejornalismo? Nosso olhar direciona-se ao Jornal da Record News (JR News), que se autodenomina o primeiro jornal transmídia do Brasil e tem inovado em suas narrativas, rotinas, produção e na relação com o espectador, a exemplo das transmissões das reuniões de pauta, ao vivo, pelo Live/Facebook com a participação deste e de suas edições pelas redes sociais; da construção de uma narrativa expandida exclusiva para o internauta e do uso de certos recursos, sobretudo de aplicativos, para se aproximar do usuário.

Como procedimentos metodológicos, realizamos uma entrevista semi-estruturada, por e-mail, com o editor e âncora do JR News, o jornalista Heródoto Barbeiro, como também adotamos a observação direta, técnica indicada para “compreender processos, inter-relações [...] e os contextos sociais e culturais onde acontecem as experiências humanas” (JORGENSEN, 1989 apud SAMPIERI et al, 2006, p. 383). Foram observadas não somente as edições do JR News, mas também os perfis do seu âncora e do canal Record News Facebook e Twitter. Ressaltamos que as fanpages do JR News

também foram observados nessas redes sociais, mas foram descartadas por estarem desatualizadas. A coleta e análise foram realizadas em dezembro de 2016 e nos meses de janeiro, fevereiro, março e abril de 2017, sendo feitas novamente em outubro de 2017, quando foram observadas possíveis mudanças quanto ao tipo de conteúdo publicado, recursos explorados e modos de usá-los, dentre outras atualizações.

Como referencial teórico, amparamo-nos em Charron e Bonville (2016) para discutir transformações no jornalismo; em Recuero (2009), Zago e Bastos (2010) para abordar redes sociais; e em Alzamora e Tárzia (2012), Renó e Flores (2012), Martins (2012, 2015), Scolari (2013), Canavilhas (2013), Castro (2016) e Fecury (2017) para debater a transmidialidade no jornalismo, considerando-os como aspectos de inovação no jornalismo (MARTINS, 2018).

## **2. Jornalismo transmídia: algumas concepções<sup>4</sup>**

O conceito de jornalismo transmídia ocupa hoje o centro de uma série de discussões que procuram compreender suas especificidades. A maioria parte da apropriação do conceito de narrativa transmídia proposto por Jenkins (2009a, 2009b, 2009c, 2009d) para denominar o fenômeno da narrativa multiplataforma e participativa no campo do entretenimento. Para o autor, a transmídia prevê a criação de um universo narrativo que pode ser navegado de acordo com a escolha do público e no qual este participa de sua construção e/ou expansão.

Entretanto, algumas diferenças essenciais entre jornalismo e entretenimento exigem uma reflexão sobre as dinâmicas que a transmidialidade assume na produção da notícia. Alzamora e Tárzia (2012) acreditam que o jornalismo transmídia trata-se “de uma forma de informação jornalística que transita em uma zona de deslocamento midiático porque se constrói em um novo lugar”, a qual seria a “característica marcante da narrativa jornalística transmídia” (ALZAMORA; TÁRCIA, 2012, p.32). Esse modo de narrar tem levado pesquisadores a se debruçarem sobre os sentidos do termo jornalismo transmídia. Martins, Castro e Fecury (2017, p.4) partem de diversas pesquisas para discutir esse conceito, apontando vertentes para além de uma estratégia, como:

---

<sup>4</sup> Para uma abordagem mais detalhada sobre características e concepções do Jornalismo Transmídia, ver Martins, Castro e Fecury, 2017.

[...] a narrativa, cuja essência é a natureza multiplataforma; o formato, cuja estrutura se ampara em potencialidades do jornalismo na internet (CANAVILHAS, 2013), nos meios (audiovisuais) e recursos (móveis) (RENÓ; FLORES, 2012); e a linguagem, que também precisa considerar essas potencialidades, como multimídia, hipertextualidade e interatividade.

Pode-se dizer, ainda, que o jornalismo transmídia trata-se de um modelo de negócios cuja lógica reconfigura o perfil, as rotinas e os processos produtivos no jornalismo (MARTINS, 2012, 2015b). Essa modalidade está inserida na cultura da convergência e “consiste em um complexo sistema de fluxos de produção e distribuição de conteúdos, marcado, sobretudo, pela natureza multiplataforma e pela interação com o público” (MARTINS; CASTRO; FECURY, 2017, p. 4).

Em uma perspectiva baseada na *Media Ecology*, Canavilhas (2013) compreende o jornalismo transmídia a partir de quatro características essenciais: interatividade, hipertextualidade, multimídia integrada e contextualização, esta última incluindo também a personalização no consumo da notícia. Renó e Flores (2012), por sua vez, sugerem que o conceito tem sua origem na mistura entre a intertextualidade e a hipermídia e o concebem como uma linguagem que incorpora outras linguagens, ressaltando-se seu caráter móvel, multiplataforma e interativo.

Uma reflexão sobre o Jornalismo Transmídia é que vem a ser uma forma de linguagem jornalística que contempla, ao mesmo tempo, diferentes meios, com diversas linguagens e narrativas a partir de muitos meios dirigidos a diferentes usuários e tudo isso graças à interatividade da mensagem. Portanto, se adotam recursos audiovisuais, interativos e de mobilidade e sua difusão a partir de diferentes meios, como os blogs e as redes sociais (RENÓ; FLORES, 2012, p.16, tradução nossa).

O jornalismo transmídia pode ser associado, ainda, à ideia de gênero, como o newsgame, grande reportagem e infográfico, conforme sugerem Canavilhas (2013) e Scolari (2013), dentre outros. Essa ideia ampara-se em Kevin Moloney (2011, p.12, tradução nossa), para quem “o jornalismo diário, com sua brevidade limitada no tempo, não é uma opção viável”, uma vez que a transmídia, para ser efetiva, precisa de planejamento a longo prazo. Apesar de esses autores apontarem a grande reportagem como o gênero mais adequado para a transmidialidade, o JR News demonstra sua aplicabilidade também no jornalismo diário (MARTINS; FECURY, 2016; FECURY, 2017).

Ainda sobre o JR News, Martins, Castro e Fecury (2017) dizem que “características transmidiáticas<sup>5</sup> foram identificadas nesse produto, porém percebemos que não é exatamente nas matérias que está a sua transmidialidade, mas na estrutura em si”. Para elas, o formato do JR News favorece uma narrativa expandida, cuja conexão e apropriação de cibermeios, sobretudo redes sociais, permitem a propagabilidade e a continuidade das narrativas em suportes distintos. Portanto, a essência transmidiática do JR News está em sua estrutura, concebida e planejada para construir uma narrativa multiplataforma expandida, o seu grande diferencial.

### **3. Redes sociais digitais e o primeiro telejornal transmídia do Brasil**

Lançado em 2011, o JR News é ancorado pelo jornalista Heródoto Barbeiro, de 2ª a 6ª-feira, às 21h. É o principal produto do canal de notícias Record News (Grupo Record) e pode ser sintonizado por TV aberta via UHF ou TV fechada. Sua narrativa expandida acontece na internet: durante o intervalo televisivo, acrescenta conteúdo exclusivo em sua transmissão, feita ao vivo, pelo Facebook, YouTube e seu site no portal R7. O âncora convida o público a participar das edições do telejornal através de e-mails, mensagens e comentários, como também de suas reuniões de pauta transmitidas ao vivo nos perfis do Barbeiro e da emissora no Facebook.

Nas reuniões, o usuário pode sugerir temas, comentar, criticar, etc. Esse novo modo de construir a notícia constitui-se uma tática fundamental para envolver e dialogar com o espectador. A equipe procura aproveitar essa participação no debate das pautas do dia; uma forma inovadora de apropriar-se das redes sociais digitais e usá-las como estratégia para favorecer a transmídia no telejornalismo, uma vez que possibilita um papel mais ativo ao usuário.

O cenário de intersecções entre jornalismo e redes sociais é analisado por Martins (2016), apontando consequências, riscos e tendências, e também por Zago e Bastos (2013), que pesquisam a visibilidade jornalística nessas redes quanto à circulação da

---

<sup>5</sup>As características da narrativa transmídia sistematizadas por Jenkins (2009b) são: Espalhamento, Capacidade de Perfuração, Continuidade, Multiplicidade, Extração, Imersão, Construção de Mundo ou Universo, Serialidade, Subjetividade e Performance. Para sua adaptação ao jornalismo, ver Martins (2015a).

notícia. Para eles, o que muda com a tecnologia digital são os suportes e formas de distribuição da informação e não a necessidade de fazê-la prosseguir, pois esta já existe desde a Antiguidade.

Hoje, tais redes são um dos principais meios de circulação da notícia. Desde seu surgimento, no início do século XXI, a imprensa usa seus recursos para produzir e circular conteúdo, sobretudo pela adesão do público. Segundo a Pesquisa Digital in 2017/We Are Social, há 2,7 bilhões de usuários ativos no mundo. No Brasil, o Facebook é a maior rede, com 120 milhões de usuários. Assim, há uma incessante busca em responder às demandas de um público que usa, cada vez mais, as redes sociais para consumir notícia. Conforme o *Reuters Digital News Report 2015*, 41% dos entrevistados usavam o Facebook para consumir notícias, mais que o dobro do segundo colocado, o YouTube. “Com dados tão significativos, as redes passaram a lançar mão de certas estratégias para estreitar os laços com o jornalismo e fidelizar seu público” (MARTINS, 2016, p.6). Em 2017, o ReutersDNR indicou que “o crescimento das mídias sociais pode estar desacelerando em alguns países, mas a influência das plataformas - em particular o Facebook e o Google - nunca foi tão grande” (FLETCHER, 2017, p.42, tradução nossa).

Os números apontam para a necessidade de o jornalismo estar presente nesse ambiente, o qual favorece a participação do público também como fonte de informação. Essa participação é destacada por Recuero (2009, n.p.) como “a primeira e mais óbvia contribuição das redes sociais para o jornalismo”, ressaltando sua capacidade de ampliar as conexões e a difusão das informações. É o que percebemos no JR News, que usa as redes sociais tanto na produção como na distribuição de seu conteúdo, propagando suas notícias através de uma narrativa multiplataforma.

Em entrevista<sup>6</sup>, Barbeiro, editor do JR News, falou sobre os motivos que levaram a equipe a adotar a transmídia: “A decisão se deu pela profunda transformação na condução de notícias nos dias atuais. Não há outra saída senão a multiplataforma. Jornais e revistas são exemplos contundentes com a queda de circulação e títulos. Ou se muda ou se morre”. Quando questionado sobre o que mudou depois que as reuniões de pauta passaram a ser transmitidas ao vivo pela sua fanpage no Facebook, ele afirmou

---

<sup>6</sup>Concedida para esta entrevista via e-mail em 18.03.2017.

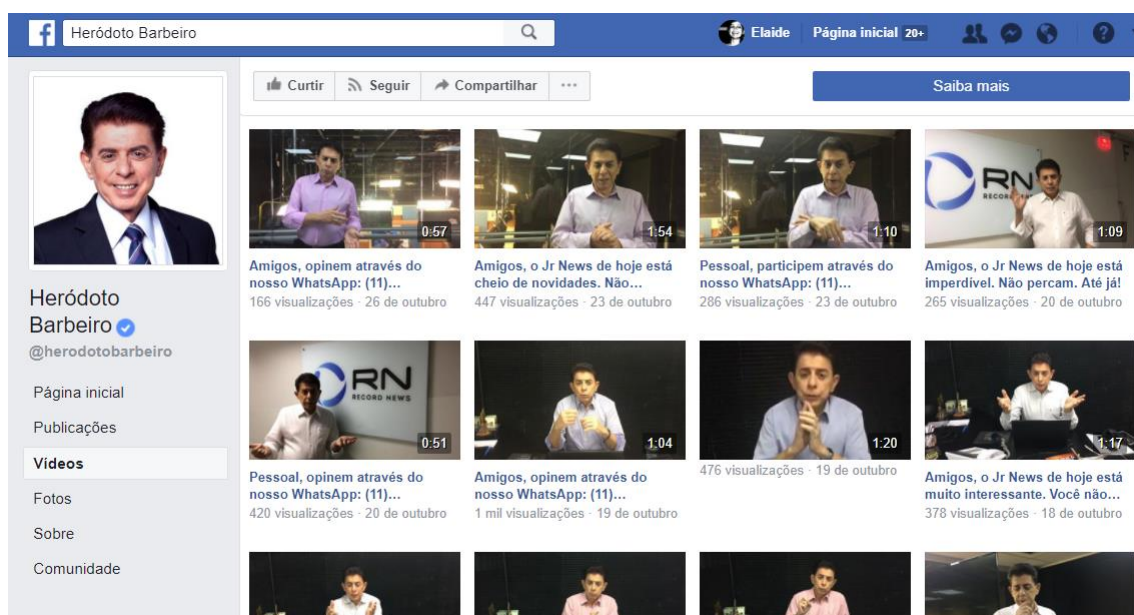
que o conteúdo do telejornal passou a ter interferência do público e que a equipe de produção se tornou mais reconhecida.

Além dessas mudanças, o telejornal adota a interatividade como característica da transmídia, aderindo às redes sociais e aos aplicativos de mensagens para se aproximar do público. “Estão abertos o whatsApp, facebook, twitter, google + R7 e e-mail. Não se publica mais nada impunemente com as mídias sociais” (BARBEIRO, 2017, por e-mail). Diante disso, analisamos os perfis do Barbeiro e da Record News no Facebook e Twitter, a fim de observar o uso que o JR News faz dessas redes e compreender como elas se constituem um aspecto de inovação nos modos de fazer (tele)jornalismo.

### 3.1. Uso das redes pelo JR News

As transmissões ao vivo na *fanpage* de Barbeiro no Facebook iniciaram em 29 de junho de 2016, mas não são diárias. Por outro lado, sua seção de vídeos é atualizada constantemente, sobretudo com chamadas para o telejornal, comentários sobre o conteúdo do WhatsApp do telejornal, esclarecimentos sobre dúvidas e convites para o público opinar, participar de enquetes e interagir, como se pode observar na Figura 01. A página também replica conteúdo do Blog do Barbeiro, divulgando o mesmo.

**Fig. 01:** aba de vídeos na *fanpage* do Barbeiro no Facebook.

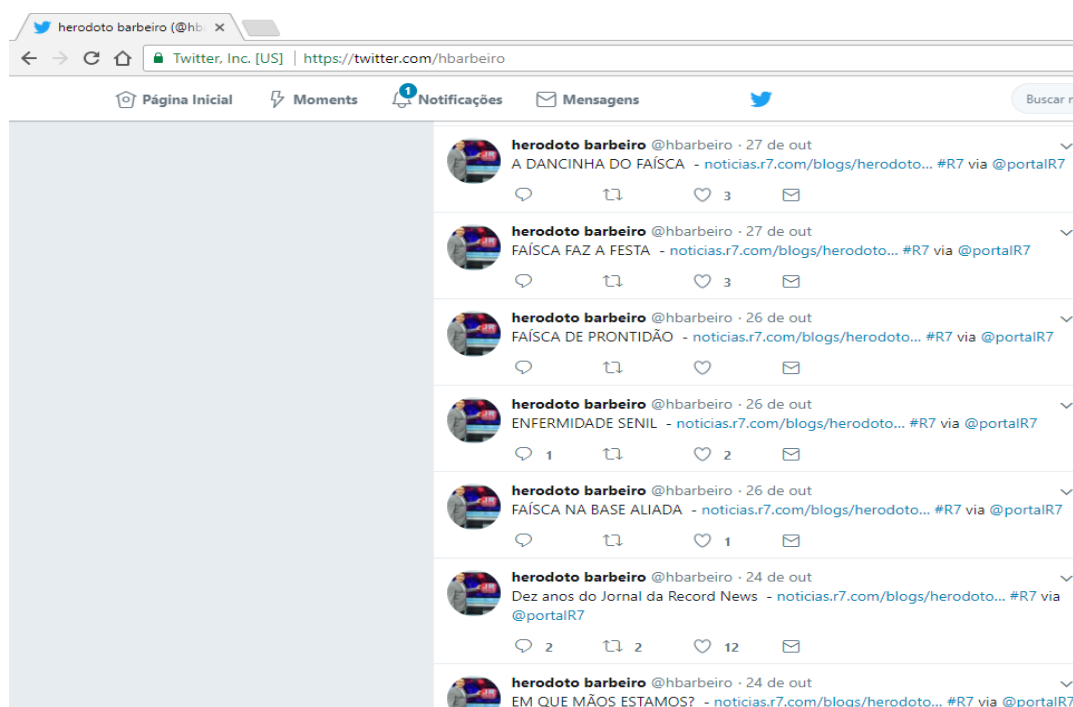


Fonte: <https://www.facebook.com/herodotobarbeiro/>. Acesso: 28.10 2017.

Ressaltamos que no universo transmídia o fluxo segue em várias direções. Assim, além dos cibermeios, o próprio telejornal é um espaço para convidar o espectador a participar. Observamos que alguns usuários já deixaram comentários em mais de uma transmissão das reuniões de pauta, mostrando certa fidelidade como audiência. O conteúdo desses comentários abrange desde sugestões de temas a reações sobre assuntos discutidos nas reuniões, além de elogios do tipo “adoro sua página”.

Já no perfil de Barbeiro no Twitter, há uma linha do tempo basicamente composta por *tweets* que levam ao seu próprio blog, hospedado no portal R7<sup>7</sup>. O perfil não costuma interagir com o público pelos meios disponibilizados e, apesar das publicações frequentes, não aposta em conteúdos diferenciados e/ou exclusivos. Ao contrário, sempre publica o mesmo modelo de tweet, como mostra a Figura 02, com título do texto compartilhado, link do Blog do Barbeiro e a fonte da informação.

**Fig.02:** *tweets* do jornalista Heródoto Barbeiro no Twitter.



Fonte: <https://twitter.com/hbarbeiro>. Acesso: 28.10.2017.

<sup>7</sup> <http://noticias.r7.com/blogs/herodoto-barbeiro>



Esse padrão costuma indicar que a publicação do *tweet* veio de um botão de compartilhamento do Blog do Barbeiro, conforme Figura 03.

**Fig. 03:** Blog do Barbeiro e recursos de compartilhamento para redes sociais.

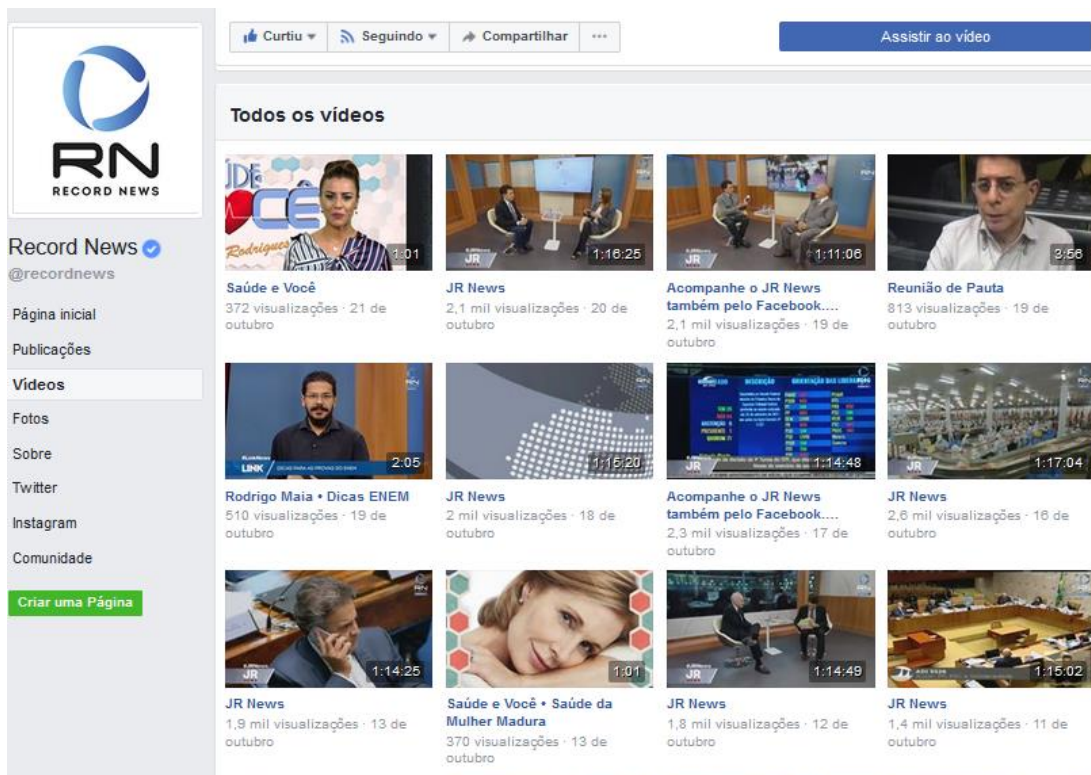


Fonte: <http://noticias.r7.com/blogs/herodoto-barbeiro/>. Acesso: 28.10.2017.

É importante destacar, ainda, que os recursos de compartilhamento de conteúdo por meio das redes sociais nos remetem ao espalhamento, um dos conceitos-chave da narrativa transmídia. No jornalismo, esse princípio diz respeito à propagação de conteúdo e é favorecido pelos ícones das redes (MARTINS, 2012).

Quanto às fanpages da Record News, percebeu-se uma atualização mais intensa do que a do Barbeiro no Facebook. Mais da metade do material publicado na sessão de vídeos referia-se ao JR News, reforçando sua importância no canal. O foco no telejornal se repetiu em nossa segunda coleta, conforme Figura 04. A frequência se deu com o mínimo de duas publicações diárias, além de vídeos de outros programas do canal, procurando disponibilizar conteúdo ao público.

**Fig.04:** aba de vídeos na *fanpage* do canal da Record News no Facebook.



Fonte: <https://www.facebook.com/recordnews/>. Acesso: 28.10.2017.

Nessa página, o alcance de visualizações dos vídeos registrado de março e abril de 2017 variou entre 469 e 12 mil, tendo o número de comentários e engajamento de publicações proporcional ao de pessoas que acompanharam os vídeos. Em outubro, chegou-se ao mínimo de 354 visualizações. Porém, convém destacar que essa fanpage não faz publicações patrocinadas, baseando seu alcance em postagens orgânicas, que contam com o compartilhamento e participação ativa dos seguidores.

Já na fanpage do canal no Twitter, as postagens são frequentes e dizem respeito aos vários produtos de sua programação. Ao contrário de sua fanpage no Facebook, poucos posts são referentes ao JR News. Nas publicações analisadas, percebe-se que estas se referem ao conteúdo expandido do telejornal, como o quadro Talentos e as entrevistas feitas no intervalo televisivo para a internet, conforme Figura 05. Ademais, apresenta diversidade de conteúdo, com alguns *tweets* constituídos por caracteres, vídeos ou *hashtag*.

**Fig. 05:** tweets sobre o JR News no perfil do canal da Record News.



Fonte: <https://twitter.com/recordnews>. Acesso: 22.10.2017.

Outro ponto a destacar é que a fanpage da Record News no Twitter adota alguns princípios básicos de gestão de redes sociais, como frequência, conteúdo próprio e interação com o usuário, a qual é muito estimulada no JR News. Além dos recursos já citados, há outros dois muito propagados pelo âncora nas redes sociais e no telejornal: e-

mail e o aplicativo de mensagens WhatsApp, que possibilita maior aproximação com o público por meio de contato direto.

Através desses recursos, o espectador envia comentários, dúvidas e opinião sobre questões levantadas pelo apresentador. Seu uso evidencia mudanças importantes nos processos produtivos e na função dos jornalistas. Durante as reuniões de pauta, por exemplo, é preciso avaliar as sugestões do público e considerar que as redes sociais passaram a integrar o acervo de informações para o jornalismo. Além disso, esse cenário indica a necessidade de filtragem e, ainda, um aumento na demanda de apuração (BERNARDI, 2016). Aos poucos, o jornalista parece fundir as funções do *gatekeeper*, que precisa filtrar a publicação de matérias segundo as demandas dos veículos, com as do *gatewatcher*, assim denominado por Bruns (2003), que deve manter os olhos abertos às demandas do público a fim de avaliá-las.

No momento da publicação da notícia, as redes sociais digitais cumprem, ainda, uma função essencial e inovadora no seu espalhamento. A possibilidade de compartilhar o conteúdo acaba por permitir que o público contribua para sua divulgação.

Ao utilizar as redes sociais para distribuir suas notícias, os jornais não apenas provêm acesso a seus conteúdos como também possibilitam que usuários possam contribuir para repercutir essa notícia, seja através de replicações, seja através de comentários sobre os acontecimentos (ZAGO; BASTOS, 2010, p. 118-119).

Para Recuero (2014), o comentário é uma ação mais evidentemente conversacional e, portanto, constitui uma participação mais efetiva do usuário. Também demanda maior envolvimento nas redes sociais, em comparação a curtir ou compartilhar. Quando se fala em transmidialidade, o comentário oferece um ambiente rico em relação à multiplicidade, um dos conceitos da transmídia, que consiste na criação de novas versões da narrativa, ampliando seu universo.

No entretenimento, segundo Jenkins (2009b, 2009c, 2009d), a multiplicidade pode se dar por meio de produtos elaborados pelos fãs. No jornalismo, traz à tona certos conflitos em relação à liberdade do público e à linha editorial de um veículo, pois a moderação dos conteúdos é um elemento de forte presença (BERNARDI, 2016; CASTRO; MARTINS, 2016a, 2016b). Em geral, os espaços para comentários ou para outros conteúdos dos usuários estão sujeitos às regras e políticas das empresas, como a

seção “Envie seu vídeo” no portal R7 e no aplicativo R7VC. Nesse sentido, é rara a divulgação de versões que ofereçam outra visão sobre o fato noticiado, pois poderiam contrariar a linha editorial do veículo.

Esse cenário no remete aos estudos de Charron e Bonville (2016) sobre o paradigma jornalístico, buscando entender sua natureza e transformações. Eles propõem orientações metodológicas para compreender as mutações nesta área, apontando elementos para um modelo teórico da mudança no jornalismo. Para eles, as alterações afetam significativamente o grau de adequação entre sistemas de regras distintos: aqueles constituídos pelo paradigma jornalístico e aqueles correntes, sobretudo no ambiente digital.

As tensões suscitadas pela defasagem entre os diferentes sistemas de regras forçam os jornalistas a tentar produzir, pela inovação, regras mais congruentes, quer dizer, a adotar uma prática discursiva mais de acordo com as condições concretas do exercício da profissão. Ora, a importância dessa adaptação depende das mudanças que atingem as instituições e as estruturas sociais que influenciam a imprensa e o jornalismo (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 48).

Ainda que as empresas de comunicação estabeleçam suas regras e restrições, possuem menos controle em relação às apropriações que são feitas sobre seus conteúdos nas redes sociais. É certo que as *fanpages* oferecem recursos para manter o controle, como a exclusão de comentários e bloqueio de certos usuários pelos gerenciadores, mas certos formatos, como as transmissões ao vivo, em que os comentários são feitos simultaneamente, possuem menor possibilidade de controle e, ao mesmo tempo, maior potencial de visualização.

Outros princípios-chave da narrativa transmídia também podem ser encarados como estratégias comumente presentes no jornalismo, como a construção de mundo (contextualização da notícia) e a continuidade, que visa o prosseguimento da matéria em outro suporte. No caso do JR News, cujo formato desenha-se em uma estrutura multi-plataforma, a qual, por si só, já sugere uma construção de mundo, a continuidade pode ser observada na produção de conteúdos extras exclusivos para a internet.

Por outro lado, nossa análise sugere que os princípios do espalhamento, da perfuração e da performance possuem uma relação mais direta com as redes sociais. O espalhamento pode ser associado à participação do público na circulação de conteúdo, o

que se observa na propagação dos conteúdos do JR News via *fanpage* do telejornal e do seu âncora ou via site. A perfuração associa-se ao engajamento do público com os desdobramentos das narrativas. Ela pode estar vinculada à exploração do universo narrativo e à ampliação da contextualização do conteúdo, o que pode ocorrer, por exemplo, acessando material complementar em outras plataformas.

A performance, por sua vez, diz respeito à habilidade de motivar a audiência para um determinado fim. No jornalismo, pode ser compreendida a partir da oferta de espaços de participação, como as seções de comentários nas redes sociais, os aplicativos de mensagem, como o WhatsApp e os ambientes que possibilitem envio de conteúdo ou outra forma interação, além das chamadas de um telejornal convidando o público a participar e interagir, inclusive por meio das redes sociais.

Nessa perspectiva, o telejornalismo vem inovando, buscando estratégias no sentido de dialogar com o público e de encontrar novas possibilidades de interação por meio das ferramentas digitais (MARTINS, 2012). A integração entre o meio televisivo e cibermeios contribui para a produção de conteúdos que exploram, cada vez mais, modelos multiplataforma e possibilitam a participação do público. Os novos formatos, associados à interatividade e inseridos no contexto do jornalismo transmídia, espelham mudanças nas rotinas, nos processos produtivos e nas narrativas, revelando aspectos da inovação no (tele) jornalismo contemporâneo.

#### **4. Considerações finais**

Apesar do avanço das tecnologias digitais, da convergência e de outras temáticas que ajudam a pensar o usuário enquanto agente ativo no processo de produção de notícia, a apropriação da narrativa transmídia pelo jornalismo pode ser considerada, claramente, um desafio para os profissionais e estudiosos do tema.

No atual cenário da produção jornalística, as redes sociais ocupam um espaço essencial na produção e circulação de notícias. A publicação e compartilhamento em perfis de rede social são considerados indispensáveis nesses processos (BERNARDI, 2016). Os usos e possibilidades de exploração dessas redes pelas práticas jornalísticas criam um espaço importante de diálogo com os usuários. No caso do JR News, essa

aproximação é feita por meio dos perfis do canal e de seu âncora, que incentiva muito essa relação, convidando o espectador a participar. Além disso, o site do telejornal, no portal R7, oferece ferramentas de compartilhamento de notícias para diversas redes sociais. Por sua vez, esse portal transmite o telejornal ao vivo e disponibiliza um aplicativo próprio, o R7, onde o usuário pode salvar matérias e editar temas de interesse.

Destacamos, ainda, que o JR News produz conteúdo diferenciado para cada plataforma e, portanto, não se limita a reproduzir conteúdos. Nas redes sociais, por exemplo, além de disponibilizar sua edição expandida, posta vídeos com matérias ou entrevistas exibidas apenas na internet, promove enquetes e exibe o quadro Talentos, etc.

Outra observação que deve ser apontada é a subutilização do perfil do âncora no Twitter, que praticamente se restringia ao compartilhamento de textos do Blog do Barbeiro e ao uso de *hashtags*, as quais facilitam a busca apenas na plataforma utilizada. Assim, apesar da proposta do telejornal, o caráter transmídia foi pouco explorado nesse perfil. Sua seção de vídeos não fazia referência ao JR News e a página não usava o Periscope para transmissão de vídeo ao vivo, ao contrário do que é feito no Facebook com as transmissões do telejornal e de suas reuniões de pauta, além dos vídeos com suas chamadas ou com convites para enviar mensagens via WhatsApp.

Essas transformações indicam um esforço do jornalismo para acompanhar as mudanças no comportamento do público em relação à produção, consumo e circulação de conteúdo, sobretudo no que diz respeito às redes sociais. Apesar de algumas restrições nos usos e apropriações dos recursos das redes sociais digitais pelo jornalismo, há de se reconhecer que estas cumprem um papel essencial na implantação de estratégias transmidiáticas, por meio da incorporação de suas ferramentas e dinâmicas.

Assim, por mais que o JR News não explore todas as características da narrativa transmídia, ele promove experiências que apontam na direção de novas possibilidades transmidiáticas e mostram-se viáveis no contexto da produção diária de notícias. E isto é um aspecto fundamental, que não podemos deixar de destacar. Outra percepção que consideramos importante em nossas reflexões, é o fato de que as mudanças no jornalismo a partir de sua relação com as redes sociais digitais estão associadas às práticas de inovação no jornalismo, sobretudo porque esta se configura, segundo Rosseti (2013, p.

64), “um fenômeno social, simbólico e tecnológico, presente em toda sociedade contemporânea midiaticizada”.

É necessário dizer que o processo de inovação acelera-se ainda mais “quando importantes mudanças atingem as estruturas sociais (econômicas, políticas, culturais, etc.), nas quais a prática do jornalismo se imbrica” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 48). Nesse contexto, inegavelmente, muitas empresas de jornalismo sentem-se forçadas a repensar seus modelos de negócios para atrair e fidelizar o público e tentar amenizar os conflitos oriundos dessa aproximação. Porém, por mais esforços e mudanças que promovam, os tempos são de experimentações e incertezas, pois vivemos em um ecossistema midiático diversificado, de múltiplas plataformas de produção, consumo, compartilhamento e circulação de conteúdo. Um ambiente que tem impulsionado o jornalismo a buscar estratégias de inovação, no qual a transmídia e as redes sociais, com sua essência multiplataforma e interativa, despontam como alternativa para lidar com os conflitos e mudanças nos tempos atuais.

## Referências

- ALZAMORA, G; TÁRCIA, L. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v.8, n.1, 2012.
- BARBOSA, S. Agentes de inovação, renovação e de reconfiguração para o jornalismo em tempos de convergência. **Cibercomunicación**, Santiago de Compostela, v.1, n.1, 2012.
- BERNARDI, M. T. Transmedialidad y rutinas en medios digitales hiperlocales. In: ROST, A.; BERNADI, M. T; BERGERO, F. (orgs.). **Periodismo transmedia: la narración distribuida de la noticia**. Publifadecs: Neuquén, 2016.
- BRUNS, A. Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news. **Media International Australia**, n.107, p. 31-44, 2003. Em: <<http://eprints.qut.edu.au/archive/00000189/>> Acesso: 25 Set. 2014.
- CANAVILHAS, J. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In: RENÓ, D.; CAMPALANS, C.; RUIZ, S.; GOSCIOLA, V. (org.). **Periodismo Transmedia: miradas múltiples**. Bogotá: Ed. Universidad del Rosario, 2013.
- CANAVILHAS, J; BACCIN, A. Contextualization in hypermedia news report: narrative and immersion. **Brazilian Journalism Research**, v. 1, n. 1, p.10-27, 2015.



CASTRO, M; MARTINS, E. Multiplicidade e relações de poder: participação do público no fazer jornalístico. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCiber, IX, 2016a, São Paulo. **Anais...** PUC-SP, 8-10 dez.2016.

\_\_\_\_\_. Entre a conversação informal, o falatório e a recontagem da notícia: midiatização e multiplicidade nos comentários do G1 Pará. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MUDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, I, 2016b, São Leopoldo. **Anais...** Unisinos, 12-15 dez. 2016.

CHARRON, J.; BONVILLE, J. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis/Brasília: Insular/FAC, 2016.

FECURY, I. **A narrativa transmídia no jornalismo: os conceitos-chave e a produção de conteúdo transmidiático pelo Jornal da Record News**. Monografia (Comunicação). Belém: UFPA, 2017.

FLETCHER, R. Social media and incidental exposure. In. **Digital News Report 2017**. Reuters Institute /Univ.Oxford, 2017.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Trad. S. Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009a.

\_\_\_\_\_. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. **Confessions of an Aca-Fan**, 2009b. Disponível: <[http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html)>. Acesso: 30 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. **Confessions of an Aca-Fan**, 2009c. Disponível: <[http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html)>. Acesso: 30 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. Harry Potter: The Exhibition, or what Location Entertainment Adds to a Transmedia Franchise. **Confessions of an Aca-Fan**, 2009d. Disponível: <[http://henryjenkins.org/blog/2009/12/harry\\_potter\\_the\\_exhibition\\_or.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/harry_potter_the_exhibition_or.html)>. Acesso: 30 mar. 2016.

LONGHI, R.; MARTINS, E. Narrativas digitais webjornalísticas: transmídia, intermídia e convergência. In: TRÄSEL, M.; LONGHI, R.; BOTELHO-FRANCISCO, R.; LIMA JR, W.T. **Pensar em Rede**. Macapá: UNIFAP, 2017.

MARTINS, E. Telejornalismo na era digital: aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel. **Brazilian Journalism Research**, v.8, n.2, 2012.

\_\_\_\_\_. Narrativa transmídia no jornalismo amapaense: percepções e apropriações. In: SARDINHA, A; MARTINS, E. (orgs.) **Interfaces Midiáticas na Amazônia**. Rio Janeiro/Macapá: Autografia/EdUNIFAP, 2015a, p.156-179.

\_\_\_\_\_. Convergência e Narrativa Transmídia no Jornalismo: transformações nas práticas e no perfil dos profissionais. **Brazilian Journalism Research**, v.11, n.2, 2015b, p.184-203.

\_\_\_\_\_. Notícias nas redes sociais e redes sociais de notícias. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 14, 2016, Palhoça. **Anais...** Unisul, 9-11 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. Modos e sentidos da inovação no jornalismo. **Comunicação&Inovação**, v.19, p.35-49, 2018.

MARTINS, E; FECURY, I. Entre o portal e o telejornal: aspectos da narrativa transmídia no jornalismo do grupo Record. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, 7, 2016, Campo Grande. **Anais...** UFMS, 5-7 out. 2016.

MARTINS, E; CASTRO, M; FECURY, I. Jornalismo Transmídia: características e concepções. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, 8, 2017, Campo Grande. **Anais...**UFMS, 27-29 set. 2017.

MARQUES, J. P. **Realidade Virtual e Jornalismo Imersivo**: anotação dinâmica de peças noticiosas em vídeo 360°. Dissertação (Multimédia), Universidade do Porto, Jun. 2016, 105 f.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, Unisinos, vol.28, n.68, mai-ago 2014.

RENÓ, D. P.; FLORES, J. **Periodismo Transmedia** - Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madri: Fragua, 2012.

ROSSETTI, R. Categorias de inovação para os estudos em comunicação. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v.14, n.27, p.63-72, jul-dez 2013.

SAMPIERI, R.; COLLADO, C.; LUCIO, P. **Metodologia de Pesquisa**. 3a ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SCOLARI, C. A. **Narrativas transmedia**. Barcelona: Deusto, 2013.

SILVERMAN, C. The best practices for innovation within news organizations. **American Press Institute** – API, Arlington, EUA, 27 mai. 2015.

SCOTT, C. **Now is a good time for publishers to invest in virtual reality**. Journalism.co.uk, London, 13 April 2016.

TÁRCIA, L. Narrativa Transmídia em Jornalismo de Imersão e Newsgame. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 9, 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** SBPJor, 3-5 nov.2011.

ZAGO, G; BASTOS, M. Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. **Brazilian Journalism Research**, v.9, n.1, 2013, p.116-133.