

**DENIS RENÓ**

**APRECIÇÃO CRÍTICA DE OBRA ACADÊMICA**

Bauru, SP  
2017

**DENIS RENÓ**

**APRECIÇÃO CRÍTICA DE OBRA ACADÊMICA**

Texto de apreciação crítica de parte da produção acadêmica para atendimento das normas do Edital 006/2017 – DTA/FAAC de Concurso Público de Títulos e Provas do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp – Campus de Bauru, na disciplina Nova Ecologia dos Meios, para obtenção do título de Livre-Docente em Ecologia dos Meios.

Bauru, SP  
2017

## SUMÁRIO

1	Introdução	4
1.1	Sobre a obra acadêmica	5
1.1.1	Parte I	5
1.1.2	Parte II	10
2	Os textos	14
2.1	Artigos	14
2.1.1	Ciberdocumentarismo: tópicos para uma nova produção audiovisual	15
2.1.2	YouTube, o mediador da cultura popular no ciberespaço	22
2.1.3	<i>El montaje audiovisual como base narrativa para el cine documental interactivo: nuevos estudios</i>	31
2.1.4	<i>Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos</i>	40
2.1.5	Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional	49
2.1.6	Formas de interação propiciadas pela nova ecologia dos meios: o YouTube como espaço na construção cidadã	64
2.1.7	A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística	80
2.1.8	Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia	101
2.1.9	Narrativa transmídia, ativismo e os múltiplos discursos dos protestos brasileiros de 2013	121
2.1.10	Vídeo-ativismo e a imagem documental cidadã	130
2.1.11	<i>Técnicas y lenguajes documentales por el brasileño Eduardo Coutinho</i>	141
2.1.12	<i>Las nuevas redacciones el “Big Data” y los medios sociales como fuentes de noticias</i>	150
2.1.13	Cidadão mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático	162
2.1.14	<i>El valor imagético en el ecosistema mediático a partir del documental transmedia Hollow</i>	180
2.2	Capítulos	195
2.2.1	Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia	196
2.2.2	<i>Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia</i>	216
2.2.3	<i>Transmedia journalism and the New Media Ecology: possible</i>	239
2.2.4	<i>Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia</i>	260
2.2.5	O acontecimento em 140 caracteres: os protestos de 2015, no Paraná, pelo Twitter	278
2.2.6	<i>Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecologia de los medios</i>	296
2.2.7	<i>Oportunidades con las nuevas narrativas transmedia en el periodismo</i>	318

## 1. INTRODUÇÃO

Este volume reúne textos relevantes de minha trajetória acadêmica produzida entre os anos 2005 e 2017 e foi elaborado para o atendimento às normas do Edital 006/2017-DTA-FAAC de Concurso Público de Títulos e Provas do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp – Campus de Bauru, na disciplina Nova Ecologia dos Meios, para obtenção do título de Livre-Docente em Ecologia dos Meios.

O presente volume atende à Resolução Unesp 27, de 15/04/2009, que estabelece normas para concurso visando a obtenção do título de Livre-Docente da Unesp, pois o mesmo oferece uma reunião de textos no sentido de sistematizar “criticamente a obra do candidato, ou parte dela, (...) apresentando de forma ordenada e crítica, de modo a evidenciar a originalidade de sua contribuição nos campos da ciência, das artes ou das humanidades” (Artigo 6º, Inciso II).

Com o objetivo de reforçar minha evolução científica apoiada numa constante preocupação com a ecologia dos meios, tema deste concurso, selecionei, entre a totalidade de artigos publicados em revistas científicas indexadas nacional e internacionalmente, e capítulos de livros publicados, publicados por editoras universitárias com conselho editorial internacional, a totalidade de 20 textos, antecedidos por um texto original introdutório à temática.

O conceito de Ecologia dos meios é amplo e contempla os diversos processos midiáticos e sua convivência com a sociedade. Essa teoria foi proposta por Neil Postman em 1970 a partir do jogo de palavras de Marshall McLuhan após longo debate sobre a sociedade dos meios. Então, compreender a relação entre meios e sociedade, tendo como principal busca – mas não exclusivamente – a linguagem, é, segundo Neil Postman, um estudo sobre a ecologia dos meios. Entretanto, os processos ecossistêmicos no campo dos meios e da tecnologia se transformaram de tal maneira que consideramos fundamental a mudança de nomenclatura para nova ecologia dos meios, em alusão às propostas do teórico e ecologista dos meios, Paul Levinson.

Os textos que compõem este volume, apresentados em seus idiomas originais, abordam, de maneira ampla, a minha trajetória no campo das pesquisas em ecologia dos meios, sendo inaugurado por um texto publicado em 2006 e que já reunia essas preocupações, mesmo sendo desconhecido por mim, naquele momento, a existência do conceito cunhado por Neil Postman em 1971, mas que já traduzia os meus

questionamentos de pesquisa. A apresentação dos textos segue uma cronologia que explicita as preocupações existentes a partir de um tema constante, construído especificamente ao redor de tecnologias digitais, linguagens imagéticas e sociedade, três vertentes consideradas como fundamentais pelos pioneiros deste campo, especialmente Marshall McLuhan e o próprio Postman, que inauguraram não somente esse campo de pesquisa, como também uma rede de pesquisadores que se reúnem anualmente, organizados pela *Media Ecology Association*, sediada em Nova Iorque e da qual faço parte desde 2012 como sócio.

## **1. Sobre a obra acadêmica**

O sentido da organização dos textos aqui apresentados segue uma ordenação cronológica, mas também uma separação em duas partes: artigos, que totalizam 14 textos na composição da Parte I, e capítulos de livros, reunindo sete textos que representam o panorama de minha trajetória científica e compõem a Parte II. Foram excluídos deste volume os livros publicados por mim como autor (um total de quatro obras, publicadas por editoriais universitários espanhóis, sendo um deles intitulado “Discussões sobre a nova ecologia dos meios”) e as organizações de livros, todos relacionados à ecologia dos meios, estando aqui apenas capítulos de minha autoria em alguns destes livros. Justifico tal exclusão por questões de forma do volume aqui apresentado.

### **1.1.1. Parte I**

A Parte I deste documento, que reúne 14 artigos científicos, pertencentes a um conjunto maior, é composta pelos seguintes textos:

RENÓ, Denis. Ciberdocumentarismo: tópicos para uma nova produção audiovisual. **Ciências & Cognição**, v.07, pp.128-134, 2006.

RENÓ, Denis. YouTube, o mediador da cultura popular no ciberespaço. **Revista Latina de Comunicación Social**, v.62, 2007.

RENÓ, Denis. *El montaje audiovisual como base narrativa para el cine documental interactivo: nuevos estudios*. **Revista Latina de Comunicación Social**, v.63, pp.83-90, 2008.

RENÓ, Denis; MIER, Catalina. *Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos*. **Palabra Clave**, v.12, n.2, pp.207-214, 2009.

RENÓ, Denis; VERSUTI, Andrea; GONÇALVES, Elizabeth; GOSCIOLA; Vicente. Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palabra Clave**, v.14, n.2, pp.201-215, 2011.

RENÓ, Denis; GONÇALVES, Elizabeth. Formas de interação propiciadas pela nova ecologia dos meios: o YouTube como espaço na construção cidadã. **Textos – Revista Internacional de Aprendizaje y Cibersociedad**, v.17, n.1, pp.35-46, 2013.

RENÓ, Denis. A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística. **C&S – São Bernardo do Campo**, v.34, n.2, pp.141-161, 2013.

RENÓ, Denis. Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia. **Doc On-line**, n.14, p.93-112, 2013.

GONÇALVES, Elizabeth; RENÓ, Denis; MIGUEL, Katarini. Narrativa transmídia, ativismo e os múltiplos discursos dos protestos brasileiros de 2013. **Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación**, n.123, pp.56-63, 2013.

RENÓ, Denis. Vídeo-ativismo e a imagem documental cidadã. **Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación**. N.128, pp.101-111, 2015.

RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Luciana. *Técnicas y lenguajes documentales por el brasileño Eduardo Coutinho*. **Revista Latina de Comunicación Social**, v.70, pp.174-186, 2015.

RENÓ, Denis; RENÓ, Luciana. *Las nuevas redacciones el “Big Data” y los medios sociales como fuentes de noticias*. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, v.21, número especial Dezembro, pp.131-142, 2015.

RENÓ, Denis. Cidadão mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo. **C&S – São Bernardo do Campo**, v.37, n.3, pp.257-274, 2015.

RENÓ, Denis; AMÉRICO, Marcos; BRESSAN, Danilo. *El valor imagético en el ecosistema mediático a partir del documental transmedia Hollow*. **Cuadernos de música, artes visuales y artes escénicas**, v.12, n.1, pp. XX-XX, 2017.

Estes 14 artigos reproduzem uma diversidade de olhares sobre ecologia dos meios em minha trajetória desde os primórdios de minha vida acadêmica até momentos mais recentes. Alguns dos textos aqui apresentados foram produzidos com parceiros acadêmicos, outros exclusivamente por mim. Entretanto, pode-se perceber no conteúdo dos mesmos as minhas contribuições, especificamente dentro dos estudos sobre tecnologia, conteúdos imagéticos e sociedade, transitando este último entre mídia, jornalismo, educação e cidadania.

O primeiro artigo apresentado nesta parte do volume, *Ciberdocumentarismo: tópicos para uma nova produção audiovisual*, inaugurou minhas preocupações sobre o audiovisual, em especial o documentário, na ecologia dos meios. Vale ressaltar que, apesar do texto, publicado pela revista *Ciências & Cognição* em 2006, abordar o documentário em espaços binários, o mesmo foi produzido quando a sociedade pouco conhecia a tecnologia *streaming* e espaços como o YouTube inexistiam, já que o artigo foi produzido em maio de 2005.

*Youtube, o mediador da cultura popular no ciberespaço*, segundo texto apresentado nesta parte do volume, foi meu primeiro estudo sobre a então nova plataforma de compartilhamento de vídeos. O artigo, segundo mais citado da *Revista Latina de Comunicación Social*, atualmente indexada em Qualis A2 e Scopus, foi aceito quando ainda era estudante de doutorado e foi publicado sem correções. O mesmo é considerado pelo editor da revista como um dos artigos pioneiros sobre o tema produzidos na Ibero-américa.

No ano seguinte, a mesma Revista Latina de Comunicación Social aceitou outro artigo de minha autoria para publicação. Na ocasião, *El montaje audiovisual como base narrativa para el cine documental interactivo: nuevos estudios* apresentou resultados de um experimento piloto de minha tese de doutorado sobre documentário interativo. Tratava-se de uma evolução da proposta levantada em meu artigo da revista *Ciências & Cognição*, agora com embasamentos mais sólidos sobre o tema, assim como uma imersão efetiva no campo da ecologia dos meios.

Ainda preocupado em compreender o YouTube, agora em conjunto à blogosfera, publiquei em parceria com a pesquisadora equatoriana Catalina Mier, no ano de 2009, o artigo *Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos*. O texto, publicado na revista *Palabra Clave*, atualmente indexada em Qualis A1, Scopus e ISI, refletiu inquietudes e hipóteses provocadas por um estudo de caso de programas audiovisuais produzidos pela Universidade Técnica Particular de Loja – UTPL, no Equador, compartilhados no YouTube e divulgados em seus blogs. Vale ressaltar a pouca participação em meios sociais naquele momento, estando a blogosfera ocupando um importante status na sociedade em rede.

Em 2010, ingressei nos estudos sobre narrativa transmídia, e no ano seguinte alcancei meus primeiros resultados publicáveis sobre o tema. Novamente na revista *Palabra Clave*, publiquei o artigo *Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional*, produzido conjuntamente com outros três pesquisadores brasileiros. Aquele momento coincidia com o desenvolvimento de meu pós-doutorado sobre Jornalismo Transmídia na Universidade Complutense de Madri (Espanha), além de meu ingresso como professor associado na Universidade do Rosario, em Bogotá (Colômbia). Ressalto que o texto foi um dos primeiros artigos publicados sobre o tema em revistas ibero-americanas.

Em 2012, a revista *Textos – Revista Internacional de Aprendizaje y Cibersociedad*, que surgia a partir da antiga *Textos de Cibersociedad*, na ocasião de sua paralização (2010) ocupava o ranking de revista A Internacional em Qualis, me convidou para republicar um texto de minha autoria, pois o mesmo foi considerado pelo comitê editorial um dos 10 mais importantes da história do periódico. Decidi aceitar a proposta, mas com um texto atualizado, *Formas de interação propiciadas pela nova ecologia dos meios: o YouTube como espaço na construção cidadã*, já que o original havia sido produzido em 2008, momento com outro cenário no campo da ecologia dos meios.

Após a publicação, o esgotamento da primeira edição do livro *Privataria Tucana* em meios de 24 horas, e a repercussão da obra através de meios sociais e tradicionais, decidi desenvolver um estudo que relacionava o descontrole midiático no novo ecossistema midiático com as ideias sobre governabilidade e controle propostos por Michel Foucault. Publiquei, então, o texto *A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística* em espanhol, ampliando minhas propostas aos países hispanos. A contribuição foi publicada pela revista *C&S – São Bernardo do*



*Campo*, do programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Entretanto, o texto foi produzido no ano anterior e entrou em lista de espera para publicação.

No mesmo ano, com a preocupação em entender como poderia ser um documentário produzido a partir de uma roteirização transmídia, desenvolvi o estudo *Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia*, publicado pela revista luso-brasileira *Doc On-line*, através de uma parceria editorial da Unicamp com a Universidade da Beira Interior. O periódico é considerado um dos mais importantes no campo do estudo sobre documentário, e naquela edição organizou um monográfico sobre documentário e tecnologias digitais. Ressalto que o texto foi produzido a convite dos editores da revista.

Ainda em 2013, desenvolvi com Elizabeth Gonçalves e Katarini Miguel, um estudo que resultou no artigo *Narrativa transmídia, ativismo e os múltiplos discursos dos protestos brasileiros de 2013*, publicado pela *Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación*, uma das mais antigas revistas científicas sobre comunicação na América Latina e indexada em Qualis A2 e Scopus, na ocasião. O texto significou meu retorno a cenários de cidadania facilitados pela nova ecologia dos meios, algo que acompanhou meus estudos por alguns outros anos.

Dois anos depois, também na *Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación*, publiquei o artigo *Vídeo-ativismo e a imagem documental cidadã*, que resultou de uma pesquisa desenvolvida com apoio do CNPq (Edital Universal) e que teve como objetivo compreender a produção de imagens documentais por grupos cidadãos através de dispositivos móveis. Percebo que a pesquisa organizou as três áreas de destaque em minha trajetória acadêmica: tecnologia digital, narrativas imagéticas e cidadania. O texto serviu de base para novas produções científicas.

No mesmo ano, publiquei na *Revista Latina de Comunicación Social* o artigo *Técnicas y lenguajes documentales por el brasileño Eduardo Coutinho*, produzido um ano antes, em ocasião da morte do documentarista brasileiro. Resultante de um estudo sobre modelos de documentários transmídia produzidos por e para dispositivos móveis, financiado pela Pró-reitora de Pesquisa – PROPE, da Unesp, o artigo relacionou-se diretamente com a nova ecologia dos meios, pois tratava de recuperar modelos de produção documental adotados por diversas obras presentes no ecossistema midiático contemporâneo.

No final de 2015, publiquei o artigo *Las nuevas redacciones el “Big Data” y los medios sociales como fuentes de noticia* na revista espanhola *Estudios sobre el*

*Mensaje Periodístico*, indexada em Qualis A1, Scopus e ISI. O texto traduziu resultados de um estudo sobre composição de redações jornalísticas e seus processos profissionais a partir da nova ecologia dos meios, que alterou de maneira expressiva a atividade, tendo como nova fonte jornalística o chamado Big Data.

Quase simultaneamente, publiquei o artigo *Cidadão mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo* na revista *C&S – São Bernardo do Campo*. O estudo apresentou resultados finais de minha pesquisa desenvolvida com apoio do CNPq, edital Universal, e abordou temas complementares a outros estudos que envolviam o audiovisual, a ecologia dos meios e cenários contemporâneos de tecnologia digital, especialmente a mobilidade.

Finalmente, em 2017 compartilhei uma análise do documentário *transmídia Hollow* a partir do viés do ecossistema midiático. A obra, produzida com apoio de outros dois colegas, oferece um debate inédito sobre o tema e, talvez por essa razão, foi aceito sem correções pela revista colombiana *Cuadernos de música, artes visuales y artes escénicas*, indexada em Qualis A2 e Scopus, tendo neste sistema de avaliação alto impacto acadêmico.

Essa parte do volume dedicou-se a apresentar alguns dos diversos artigos produzidos em minha trajetória acadêmica, selecionados por representarem o meu envolvimento com pesquisas relacionadas à ecologia dos meios de maneira regular.

### 1.1.2. Parte II

A segunda parte deste volume reúne sete capítulos de livros que reforçam, de maneira complementar, a regularidade de meus estudos acadêmicos no campo da ecologia dos meios, título almejado através deste concurso. São apresentados os seguintes capítulos:

RENÓ, Denis; RENÓ, Luciana. Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia. In CANAVILHAS, João (org.). **Notícias e mobilidade**. Covilhã: Labcom, 2013, pp. 55-70.

RENÓ, Denis; RUIZ, Sandra. *Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia*. In CAMPALANS, Carolina; RENÓ, Denis; GOSCIOLA, Vicente (orgs.). *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Barcelona: Editorial UOC, 2014, pp.49-68.

RENÓ, Denis. *Transmedia journalism and the New Media Ecology: possible languages*. In RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RUIZ, Sandra; GOSCIOLA, Vicente (orgs.). **Periodismo transmedia: miradas múltiples**. Barcelona: Editorial UOC, 2014, pp.3-20.

RENÓ, Denis. *Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia*. In IRIGARAY, Fernando; LOVATO, Anahí. **Hacia la comunicación transmedia**. Rosario: UNR Editora, 2014, pp.133-146.

RENÓ, Denis; KIKUTI, Andressa. O acontecimento em 140 caracteres: os protestos de 2015, no Paraná, pelo Twitter. In GADINI, Sergio (org.). **Coberturas jornalísticas (de)marcadas: a greve dos professores na mídia paranaense em 2015**. Ponta Grossa: Estúdio Texto, 2015, pp.179-190.

RENÓ, Denis. *Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios*. In SCOLARI, Carlos (org.). **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015, pp. 247-262.

RENÓ, Denis. *Oportunidades con las nuevas narrativas transmedia en el periodismo*. In SÁNCHEZ, Hada (org.). **Nuevos retos para el periodista: innovación, creación y emprendimiento**. Valencia: Tirant Humanidades, 2016, pp.100-123.

Os sete capítulos de livro aqui apontados também contemplam a ecologia dos meios como campo de estudo. Na realidade, a diversidade dos temas segue a mesma dos artigos, circulando entre tecnologias digitais, narrativas imagéticas e comportamento social, em diversos dos casos inter-relacionando as três temáticas. Tais amplitudes interdisciplinares vêm de encontro com as propostas de Neil Postman, que acreditava ser essa a principal virtude da ecologia dos meios – a de interpretar a sociedade em conjunto com as tecnologias midiáticas e as possibilidades narrativas ali presentes.

Neste sentido, apresento o primeiro capítulo escolhido para compor este volume. Produzido em conjunto com Luciana Renó, o capítulo Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia resulta de uma pesquisa desenvolvida em conjunto com a coautora sobre interfaces em ambientes midiáticos contemporâneos. O texto tem sua relevância por ter sido o primeiro a ser desenvolvido a partir dos

conceitos de narrativa transmídia e para dispositivos móveis, especificamente. O estudo resultou em conferência no 1º. Congresso de Jornalismo em Dispositivos Móveis, em Covilhã, Portugal, no ano de 2012.

O seguinte capítulo de livro apresentado, *Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia*, foi produzido durante minhas atividades como professor associado na Universidade do Rosario, em Bogotá, Colômbia, e resultou de um projeto coordenado por mim na instituição. A obra, publicada pela Editora da UOC – Universidad Obierta de Cataluña, revelou uma relação entre jornalismo cidadão e narrativa transmídia, duas características da ecologia dos meios contemporâneos.

No mesmo ano, também publicado pela Editora UOC, compartilhei resultados resumidos de meu pós-doutorado desenvolvido na Universidade Complutense de Madri. O capítulo, publicado em inglês com o título *Transmedia journalism and the New Media Ecology: possible languages*, apresentou as principais informações de meu livro “*Periodismo Transmedia*”, originalmente publicado pela Fragua Editorial, em Madri. O capítulo abriu o debate entre pares anglo-saxônicos, o que possibilitou interessante retorno acadêmico.

A preocupação com o ecossistema midiático voltou a transitar por espaços audiovisuais, desta vez com o objetivo de compreender e categorizar o documentário transmídia. Para tanto, escrevi, como resultado de uma intensa análise de documentários produzidos com a linguagem transmídia, o capítulo *Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia*, publicado pelo editorial da Universidade Nacional de Rosario, na Argentina.

Em 2015, após as mobilizações de greve dos docentes do estado do Paraná, desenvolvi com Andressa Kikuti o capítulo de livro *O acontecimento em 140 caracteres: os protestos de 2015, no Paraná, pelo Twitter*. O texto, organizado pelo corpo docente do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG, foi publicado em formato de ebook e impresso sob demanda. Os resultados quantitativos e qualitativos encontrados apontaram para uma diversificação

Em 2013, o pesquisador e amigo Carlos Scolari me convidou para escrever um capítulo para o livro que ele estava organizando, pela editora espanhola Gedisa, e que teria como temática a ecologia dos meios. Na obra, seriam publicados textos inéditos de Marshall McLuhan e Neil Postman, além de duas gerações de seguidores do campo da ecologia dos meios: os discípulos e a nova geração, onde me encontrava no livro. Dediquei meu trabalho na composição do capítulo *Movilidad y producción*

*audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios*, resgatando não somente os ecologistas dos meios, mas também pesquisadores que desenvolvem estudos sobre *media ecology*, ainda que de maneira inconsciente, como Lev Manovich e George Landow. O texto é, sem dúvida, uma das minhas mais expressivas contribuições para o campo da ecologia dos meios, em se tratando de uma obra que compartilha o volume com os mestres da área em textos inéditos.

Finalmente, neste volume, compartilho o capítulo *Oportunidades con las nuevas narrativas transmedia en el periodismo*, publicado em um livro pelo editorial Tirant, da Espanha, e a convite da pesquisadora Hada Sánchez, da Universidade de Sevilha, que tem como preocupação o desenvolvimento de estudos sobre inovação no campo do jornalismo. A obra teve esse teor, sendo construída por diversos pesquisadores de destaque na área. Neste capítulo, traço um panorama no método, nos procedimentos da profissão a partir da nova ecologia dos meios e, finalmente, apresento casos que destacam-se pelo uso da narrativa transmídia como linguagem.

Com esse compilado de textos relevantes, apresento minha trajetória no campo da ecologia dos meios, que posiciona-se a partir de duas metáforas básicas: os meios como ambientes e os meios como espécies. Em minha trajetória, podemos observar os meios das duas maneiras, tendo como ator protagonista o cidadão contemporâneo, usuário dessa espécie e habitante desse meio. A partir dessa composição de textos aqui apresentados é possível avaliar não somente alguma relevância em minha contribuição à academia, mas também compreender as nuances que dão à ecologia dos meios o status de metodologia complexa cada vez mais presente nos discursos dos que pesquisam sobre as transformações midiáticas contemporâneas, ainda que de maneira inconsciente ou resultante de um modismo terminológico.

## **2. OS TEXTOS**

### **2.1 Artigos**

Como informado na introdução, apresentamos na parte I o total de 14 artigos relevantes que apontam para a minha trajetória no campo da ecologia dos meios. Trata-se de uma seleção de artigos, dentro de um escopo maior de artigos publicados. Espero que a leitura seja enriquecedora no campo científico e literário, tendo em vista que todo texto deve oferecer o prazer da leitura, como propôs Roland Barthes em uma de suas obras (O prazer do texto).

## **Ciberdocumentarismo: tópicos para uma nova produção audiovisual**

*Ciberdocumentarism: topics from one new audiovisual production*

**Denis Porto Renó**

UniCOC, Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil

### **Resumo**

Este artigo visa refletir sobre pesquisas em áreas audiovisuais e digitais, campo este crescente, amplo e ainda não saturado. Enfoca-se a preocupação em transformar o documentarismo em uma ferramenta eficaz de informação, também na Internet, haja visto que muitos outros espaços comunicacionais estão em vias de convergir para a Rede. Trata-se de reflexões parciais de uma ampla pesquisa, que traz informações importantes em defesa do ciberdocumentarismo. Espera-se que um novo formato de produção documental defina-se especificamente para a Internet, solucionando, assim, alguns dos muitos problemas que tornam essa modalidade de comunicação inviável atualmente para a Rede Internacional de Computadores. © Ciências & Cognição 2006; Vol. 07: 128-134.

**Palavras-chave:** Documentário; Internet; interatividade; experimentação.

### **Abstract**

*This article intends to reflect on audiovisual and digital researches, an increasing, wide and not saturated field. Focusing the concern on to convert the documentarism into an efficient tool of information, even in the Internet, since many other communicating spaces are close to converge into the Web. Arranging of partial reflections for a wider searching, that bring important information in defense of ciberdocumentarism. We hope that a new documenting production format will be defined specifically for the Internet, solving some of many problems that make this communication modality unavailable nowadays for the World Wide Web. © Ciências & Cognição 2006; Vol. 07: 128-134.*

**Keyword:** *Documentary; Internet; interactivity; experimentation.*


### **Introdução**

A comunicação vem sofrendo constantes mudanças, tendo em vista a velocidade da evolução tecnológica nas últimas décadas. O que era bom ontem, hoje se torna defasado, obsoleto, ineficaz. E o que

era considerado mais fácil antes, agora ocupa um status de complicado, pois as novas tecnologias modificaram os caminhos a serem seguidos em diversos processos, inclusive os da comunicação.

Com tantas mudanças, os meios de comunicação vivem, atualmente, uma grande

---

 – **D.P. Renó** é bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo (Universidade do Vale do Paraíba - UNIVAP) e Mestre em Comunicação (Universidade Metodista de São Paulo – UMESP). *E-mail* para correspondência [denisreno@hotmail.com](mailto:denisreno@hotmail.com).

instabilidade quanto ao futuro, pois congruências haverão de acontecer, brevemente. Os receptores das mensagens já não procedem da mesma forma. Exigem rapidez e mobilidade. Os processos de comunicação não ocorrem como antes, passivamente por parte do receptor. O receptor espera ter uma maior participação no processo, com intensa interatividade. Ele quer o poder de decisão, mesmo que parcial, pela condução do processo.

Ao mesmo tempo, esses veículos, futuros condôminos de espaços comuns, lutam pela descoberta da linguagem ideal. Ainda não se sabe ao certo como fazer, quando e quanto. Ainda não se conhecem os limites tecnológicos ou emocionais do processo de comunicação digital ao qual depara-se em muitos momentos.

Esse artigo foi desenvolvido com o objetivo de expor uma nova proposta de comunicação audiovisual, especificamente relacionada a vídeos documentários, destinados à rede internacional de computadores. Para isso, algumas técnicas foram adotadas na etapa de produção da obra documental, levando em conta a eficácia do método e as limitações tecnológicas que temos atualmente no que tange a comunicação audiovisual pela rede. Além disso, foi necessário estudar obras de teóricos relacionadas a esse novo meio e às habilidades de leitura dos novos usuários.

Com a fase teórica finalizada, será preciso aplicar esse novo formato na rede, disponibilizando o novo método para análise e experimentação. Para isso, será construído um site com uma linguagem visual leve e simples, pois o que deve ser oferecido no endereço é a nova linguagem audiovisual, num primeiro momento. Nesse endereço serão experimentados os formatos teóricos propostos na conclusão do artigo. A metodologia de pesquisa escolhida foi a Pesquisa Exploratória, pois não foi encontrado, durante a fase de levantamentos, algo parecido, nem em bibliografias publicadas, nem em pesquisas em andamento. Alguns trabalhos relacionados serviram de inspiração. Mas, tratando-se de um novo formato de produção documental direcionada à Internet, a pesquisa é solitária. O desenvol-

vimento do artigo apresenta o ciberespaço como um novo meio, tendo em vista a preocupação em definir o que é isso, que espaço é esse. Para isso, apóia-se em estudos do pesquisador Pierre Lévy. Além disso, aborda-se de forma clara e decisória o processo cognitivo do novo usuário dentro do ciberespaço, tendo como base estudos realizados pela pesquisadora Lúcia Santaella do pesquisador Lorenzo Vilches, a fim de entender como deve ser conduzida a comunicação com esse novo retrato, finalizando a primeira etapa, destinada a construir um saber teórico da realidade digital atual.

Num segundo momento, o artigo segue pelas vias da praticidade, de como fazer. Esse é um dos maiores obstáculos da pesquisa, pois define o espaço de trabalho, localizado entre o cognitivo e o tecnológico, o ideal e o real, num equilíbrio que busca o resultado no processo de comunicação audiovisual na rede. Por fim, baseia-se em textos escritos por Hélio Godoy de Souza, propondo um novo caminho para a produção audiovisual na rede, respeitando-se as limitações que ela oferece e levando-se em conta o que ela deve alcançar, realmente.

## O ciberespaço

O mundo vem sofrendo modificações substanciais de algumas décadas para cá. O que era considerado espaço exigia uma delimitação física, visível ou não, mas de forma existencialista. Com as mudanças, o que era delimitado passou a ser virtual, apenas imaginável, discutido. Esse espaço imaginário recebeu o nome de ciberespaço, algo ainda estudado, mas com uma definição praticamente consolidada. Essa definição parece óbvia para os que nasceram na geração multimídia, e de fato é, pois essas pessoas desconhecem o espaço sem a cibercomunicação.

*“Eu defino ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas*



*de comunicação eletrônicos (ai incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo.” (Levy, 1999: 92)*

Para entendermos ciberespaço, precisamos pensar no mundo sem a rede de computadores, sem a tecnologia binária conectando pessoas, culturas, mensagens. Um mundo que vivia uma relação de comunicação tradicional, onde as mensagens transmitidas pelos meios de comunicação conseguiam, no máximo, uma lenta ou limitada interatividade (penso numa interatividade parcial e precária, conseguida pelo telefone). Para se obter maiores recursos de comunicação, o melhor era a televisão, um dos maiores inventos da humanidade (Vilches, 2001). Entretanto, a busca incessante do homem pela superação fez com que um novo ambiente de comunicação surgisse. Um meio em que a rapidez nas mensagens, a dupla, tripla e, muitas vezes, polidireção serviriam a humanidade de uma estrutura mais rápida, avançada e eficaz de envio e recepção de informações e dados. Um espaço em que a realidade tomou uma dimensão maior do que ela mesma, quando o real tornou-se possível em tudo o que estivesse dentro das limitações tecnológicas e da crescente necessidade humana.

*“Ao contrário do que muitos pensam e divulgam, o ciberespaço não é apenas o território dos sonhos das tribos ciberpunks, nem se origina exclusivamente das tecnologias e da informática; trata-se, sim, de um novo espaço social de comunicação, que afeta a concepção do eu e do outro. Esse novo espaço de pensamento (o contexto da ubiquidade informática) e a percepção da dimensão humana estão*

*delimitados pelo discurso dos meios e pela coabitação com as novas formas, ou hiper-realidade.” (Vilches, 2001: 134)*

O ciberespaço provém do sonho humano. Quando se pensava em ficção científica, em teletransporte, em comunicação audiovisual em tempo real de dentro da própria casa o homem já expunha suas maiores expirações, seus maiores desejos. Filmes como “2001: uma odisséia no espaço” mostram de forma clara o que o homem esperava, e ainda espera, da evolução tecnológica. E tudo isso nos mostra que ainda teremos muito o que descobrir deste novo espaço de vida, desse campo virtual.

### **O cognitivo no ciberespaço**

Percebemos dificuldades atuais de se compreender o que é o ciberespaço, um mundo novo, virtual, hiper-real, em que estamos nos embrenhando todos os dias. Uma viagem aparentemente sem fim por fios condutores, ondas provenientes das teorias de Hertz e Maxwell, presentes na comunicação *wireless*. Um mundo novo e aparentemente semelhante aos já existentes e presentes no cotidiano. Mas de que forma o receptor decodifica as informações binárias que navegam por esse emaranhado de circuitos, isso ainda não se sabe ao certo.

A compreensão imersiva do ciberleitor difere de todas as outras. Uma leitura não seqüencial, livre, de mão dupla. Apesar de toda leitura possuir uma interatividade, nem sempre o leitor consegue expor uma manifestação resultante do processo de “leitura” de forma amplamente interativa, senão para si mesmo. Falamos de uma comunicação interativa de fato, exigida pelo usuário do mundo digital e que pode ser manifestada por ambas as extremidades do processo comunicacional.

*“O receptor de uma hipermídia, como costuma ser chamado, coloca em ação mecanismos, ou melhor, habilidades de leitura muito distintas daquelas que são*

*empregadas pelo leitor de um hipertexto. Por outro lado, são habilidades também distintas daquelas empregadas pelo receptor de imagens ou espectador de cinema, televisão.”*  
(Santaella, 2004: 11)

Essa nova forma de se comunicar construiu um perfil moderno, ajustado de acordo com as exigências da rede. Nela, mente e corpo trabalham juntos, realizando diversas tarefas ao mesmo tempo, como ouvir música, se alimentar, ler um livro digital e, simultaneamente, responder a um contato feito em tempo real por janelas virtuais do tipo ICQ ou MSN. O novo receptor/emissor passou a ser multimídia.

*“Não é mais tampouco um leitor contemplativo que segue as seqüências de um texto, virando páginas, manuseando volumes, percorrendo com passos lentos a biblioteca, mas um leitor em estado de prontidão, conectando-se entre nós e nexos, num roteiro multilinear, multidisciplinar multiseqüencial e labiríntico que ele próprio ajudou a construir ao interagir com os nós entre palavras, imagens, documentação, música, vídeo etc.”*  
(Santaella, 2004: 33)

Tal versatilidade exige novos caminhos para se conseguir realizar processos de comunicação. E, para burlar as dificuldades de se comunicar nesse versátil ambiente, surge a interatividade. Com ela, o usuário passa a interagir no processo de forma mais observada, com decisões que podem modificar a condução dos sinais. A interatividade é uma característica nata do usuário digital, que espera participar de todo o processo, expressando desejos e decisões, mas não basta, para o usuário, um processo interativo que se utilize apenas dos recursos de textualidade tradicionais. É preciso imagem, áudio, audiovisual, onde a leitura passa a ser diferenciada, com opções que integrem todas essas ferramentas de comunicação natas do ciberespaço. Através

delas, o usuário constrói sua leitura e responde de sua própria maneira, participando ativamente do processo da informação. Com o audiovisual na Internet, aumenta-se a possibilidade de aproximação do real, do reconhecido pelo usuário em seu ambiente natural, da vida.

### As atuais limitações e opções tecnológicas

O processo é novo, em estágio evolutivo e ainda pouco se conhece desse novo usuário, naturalmente multimidiático. Ao mesmo tempo, convive-se com limitações tecnológicas que determinam a utilização ou não dos recursos existentes.

*“A Internet como plataforma de integração, incorpora, cada vez mais, uma miríade de equipamentos estruturais e terminais que vão respondendo, quase sempre em déficit, às necessidades de computação e mobilidade da sua comunidade<sup>1</sup>.”*

Apesar da difusão da banda larga, ainda se convive com complicadas conexões tradicionais via telefone, com altos custos e lentos processos. Além disso, depara-se com equipamentos obsoletos sendo utilizados pelos usuários, ainda excluídos da alta tecnologia oferecida.

Um vídeo de dois minutos, salvo na extensão WMV, a mais utilizada, chega a possuir quase 4 mb de tamanho. O mesmo vídeo, em Quicktime, que oferece melhor qualidade de áudio e vídeo, apesar de pouco comum, chega a obter 6 mb. Arquivos como esses, transmitidos via banda larga de 128 kbps, demoram algo em torno de seis minutos para que o processo seja completado. Arquivos de 26 minutos inviabilizam, hoje, o processo de recepção desses arquivos.

A tecnologia de transmissão *streaming*, por sua vez, encarece o processo, apesar de agilizar a recepção do arquivo. O

(1) Disponível em: <http://wiki.di.uminho.pt/wiki/pub/Doutoramentos/SDDI2004/SergioDeusdado-SimposioDoutoraldoDIjan2005.pdf> > Acesso em: 22 de maio de 2005.

download é realizado, mas ao mesmo tempo em que a imagem é exibida.

*“Uma das aplicações que, no passado recente, mereceu maior atenção da indústria e da academia foi o streaming de vídeo, com aplicações diversas desde a Internet TV, as videoconferências e o vídeo-on-demand (VOD), e que se coaduna completamente com os fundamentos das comunicações multicasas<sup>2</sup>.”*

Outro grande fator limitador está na tecnologia de produção. O áudio de materiais produzidos em extensões para a Internet costuma ser de baixa qualidade, perdidos no processo de renderização do material, aliado ao vídeo, também limitado pela definição de imagem.

### **As técnicas de produção do ciberdocumentário**

O documentarismo vive um momento importante na sociedade, insaciável por mais e mais informações e, ao mesmo tempo, exigentes e conhecedores de suas necessidades. Ao mesmo tempo, consolida-se cada vez mais a migração de diversos meios de comunicação para a Internet, unindo e modificando formas e conteúdos digitais. Mas, para que a produção de vídeos documentários chegue à Internet, é preciso solucionar as limitações existentes atualmente e, ao mesmo tempo, atender às expectativas do usuário no processo de cibercomunicação, presente no ciberespaço. O usuário cibernético possui características próprias, diferentes das empregadas nos meios tradicionais.

*“Conectando na tela, por meio de movimentos e comandos de um mouse, os nexos eletrônicos dessas infovias, o leitor vai unindo, de modo a-seqüencial, fragmentos de informação de naturezas diversas, criando e experimentando, na*

*sua interação com o potencial dialógico da hipermídia, um tipo de comunicação multilinear e labiríntica.”*(Santaella, 2004: 12)

O documentário na Internet precisa sofrer adaptações, pois o meio exige interatividade, participação e envolvimento do usuário. Além disso, limitações precisam ser levadas em consideração (citadas no capítulo anterior), pois evitam que o produto audiovisual seja assistido por qualquer usuário. Para conseguir atender às expectativas do ciberespectador, propõe-se uma fragmentação da obra em mini-documentos de no máximo dois minutos cada um. Cada fragmento deverá abrir com *fade in* e finalizado com *fade out*, evitando, assim, rupturas na seqüência.

As imagens devem ser captadas em *close*, evitando, assim, a atual definição de imagem limitada existente na rede. Além disso, temos uma frágil qualidade de áudio disponível, o que exige ainda mais essa aproximação de câmera para uma melhor e mais limpa captação de som. Dessa forma, dispensa-se o boom e o microfone de lapela. Para essa produção, deve-se utilizar câmeras portáteis de tecnologia digital, pois amplia as possibilidades de movimentação e ainda facilita a edição digital.

*“O método de Rouch e de Leacock são formas de aproximação da Realidade através do documentário, utilizando-se equipamentos portáteis com som síncrono. O método do ‘Cinéma Verité’ de (Rouch) implicava em alguma medida uma interferência assumida pelos realizadores sobre os acontecimentos, um envolvimento com o assunto.”* (Souza, 2001: 260)

O processo de produção em plataforma digital através de câmera portátil, apesar de ainda sofrer preconceitos de alguns documentaristas amarrados a um passado romântico. Mas a alternativa já vem sendo adotada por diversas redes de produção, como a British Broadcast Corporation (BBC), que

(2) Disponível em: <http://wiki.di.uminho.pt/wiki/pub/Doutoramentos/SDDI2004/SergioDeusdado-SimposioDoutoraldodIjan2005.pdf> > Acesso em: 22 de maio de 2005.

incentiva a utilização de câmeras portáteis de vídeo em suas produções, dentre as melhores do mundo.

*“Os ecos da experimentação continuam soando até os dias atuais. Em setembro de 1994, a British Broadcast Corporation (BBC) concordou com a produção de uma série intitulada ‘Russian Wonderland’ que merece um destaque pela inovação tecnológica introduzida. Adam Alexander elaborou contrato de produção com a BBC, baseado nas potencialidades do sistema de vídeo Hi8, um equipamento analógico com uma fita de 8mm de largura, compacto e com grande possibilidade.(...) Tecnicamente, é possível perceber os ecos da década de 70, agora nas transformações trazidas pelos sistemas digitais.” (Souza, 2001: 258)*

Essa tecnologia aceita desde 1994 pela BBC é a originária da atual plataforma digital, ideal para produções de ciberdocumentários por sua mobilidade de movimentação e captação, além da facilidade de edição em ilhas não-lineares e softwares de simples operação.

Mas, para produzir documentários interativos para a Internet é preciso, também, pensar num roteiro que possa sofrer alterações na seqüência dos fragmentos sem modificar o resultado final de transmissão da informação, característicos em alguns filmes de ficção, como em *Pulp Fiction*, de Quentin Tarantino. O ciberdocumentarismo atende às exigências do novo receptor, destacado participante do processo moderno de comunicação.

*“Justificativa para essas hipóteses encontra-se no fato de que, nas telas da hipermídia, a combinação plurissensorial, que naturalmente nosso cérebro pratica para construir suas imagens, tornou-se possível fora do cérebro, na medida em que essa combinação é encenada na própria tela. É com ela que o leitor interage por*

*meio do movimento nervoso do mouse.” (Santaella, 2004: 35)*

### Reflexões finais

A interatividade no ciberdocumentarismo mostra-se algo fundamental para o bom resultado desse produto audiovisual, quando ambientado na Internet. A interatividade esperada é a que possibilita ao usuário uma maior escolha, um comando, um poder de decisão maior, o que, aliás, é esperado por ele quando está com o mouse em mãos. O planejamento dessa produção, aliado a uma utilização correta de equipamentos apropriados e de conceitos lingüísticos, resultará, provavelmente, numa produção de mão dupla, tripla, polidirecional, em que a ordem dos fragmentos não alterará no resultado final da mensagem.

Mas a interatividade procurada não é a banal que costuma-se observar em alguns ambientes de rede. Busca-se uma interatividade que proporcione uma linguagem não-linear, não-ordenada, e sim que atenda às expectativas de recepção do usuário, do ciberespectador. Estrutura essa também apoiada por estudos cognitivos no mundo digital.

Santaella (2004) explica muito bem como é o processo de leitura cognitiva do usuário na rede, como se o usuário do ciberespaço soubesse estruturar essas informações de acordo com a mensagem. O que percebe-se, de fato, é que ele se sente ambientado com essa fragmentação de informações, num grande hipertexto e seus links. A continuidade não é uma prioridade, muito pelo contrário. O que se procura é reinventar o traçado, redefinir as direções e interpretar a mensagem de forma personalizada. E essa leitura é pertinente também, para o audiovisual. Navegando no ciberespaço, podemos encontrar o leitor-espectador, que espera imagens em movimento, tanto na televisão quanto no cinema.

Com esse novo formato, a informação no ciberespaço fica mais próxima do esperado por estudiosos da comunicação, como Santaella (2004), sendo um ambiente que abrigará diversas ferramentas, como televisão, telefone, reproduzidor de vídeo e fonte de informação e

multiplicação do saber. A navegação no ciberespaço tornou-se algo natural, quase biológico do usuário moderno.

Muitos obstáculos serão transpostos e o romantismo que ainda impede o crescimento do documentarismo na Internet e na televisão aberta em algumas sociedades deverá se transformar em uma lembrança de um conservadorismo presente nos tempos em que o único ambiente de comunicação de massa, para imagens em movimento, era a sala escura com filmogramas sendo projetados numa base branca: o cinema.

### Referências bibliográficas

- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- Santaella, L. (2004). *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Editora Palus.
- Souza, H.A.G. (2001). *Documentário, realidade e Semiose: os sistemas audiovisuais como fontes de conhecimento*. São Paulo: Editora AnnaBlume.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Editora Loyola.



Palabra Clave

ISSN: 0122-8285

palabra.clave@unisabana.edu.co

Universidad de La Sabana

Colombia

Mier, Catalina; Porto-Renó, Denis  
Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos  
Palabra Clave, vol. 12, núm. 2, diciembre, 2009, pp. 207-214  
Universidad de La Sabana  
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64912212003>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos

### The Blogosphere and YouTube as Spaces for the Exhibition of Interactive Audiovisual Products

Catalina Mier<sup>1</sup>  
Denis Porto-Renó<sup>2</sup>

#### Resumen

Los espacios virtuales de la blogosfera y YouTube están cada vez más presentes en la exhibición y divulgación de videos en la actualidad. A través de estos espacios, es posible democratizar las exhibiciones de contenido audiovisual, así como la condición de interactividad en la construcción de la programación personal o por los usuarios. Por supuesto, algunos formatos estéticos de producción están presentes en estos productos audiovisuales; las pantallas y las limitaciones de audio y video son fundamentales. Este artículo presenta una reflexión sobre YouTube como ambiente de difusión del contenido del programa *Miradas*, producido por el Centro de Investigación Vía Comunicaciones, y analiza las limitaciones estéticas presentes en un programa de televisión cuando es exhibido en la web, así como una propuesta de producción de cine documental interactivo para la blogosfera. En estos estudios nos apoyamos en especial en los conceptos de Vilches (2003) y Manovich (2005).

**Palabras clave:** comunicación, cine interactivo, blogosfera, narrativas audiovisuales, Internet, nuevas tecnologías digitales.

#### Abstract

Increasing use is being made of the virtual space of the blogosphere and YouTube to exhibit and circulate videos. These spaces allow for democratizing the exhibition of audiovisual content, as well as the condition of interactivity in the construction of programming at a personal level or by the users. Of course, there are certain esthetic production formats for these audiovisual products, where the screens and the audio and visual constraints are fundamental. The article reflects on YouTube as a space for circulating the contents of *Miradas*, a program produced by the Vía Comunicaciones Research Center. It analyzes the esthetic constraints found in a television program when it is shown on the Web, as well as a proposal for the production of an interactive documentary film for the blogosphere. The study is supported, in particular, by the concepts of Vilches (2003) and Manovich (2005).

**Key words:** Communication, interactive cinema, blogosphere, audiovisual narratives, Internet, new digital technologies.

1 Comunicadora social. Doctoranda en Comunicación. Profesora, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. catimier@gmail.com  
2 Periodista y documentalista. Magíster y doctorando en Comunicación Social. Investigador, Universidad Metodista de São Paulo, Brasil. denis@ojosenelmundo.com

## Introducción

Los espacios de desarrollo y exhibición de los productos comunicacionales ganan un nuevo aporte desde la *Web 2.0*, y en especial con los blogs y YouTube, gracias a la creación de canales comunicacionales particulares, pero también abiertos al público en general. Ahora es posible que una persona o grupo pueda tener su propio canal de comunicación, con *layout* personalizado, y una oferta de contenido de acuerdo con sus intereses.

Con esta nueva realidad, los conceptos de aldea global viven cambios continuos, ahora los grupos sociales tienen la oportunidad de crear sus aldeas locales, pero también tienen la posibilidad de mantener su estatus en la aldea global, lo que hace que sean componentes de la aldea "glocal", una mezcla de global y local, de acuerdo con los orígenes de los visitantes / participantes (Vilches, 2003).

Este nuevo espacio también cambió el modelo de los visitantes como usuarios o participantes, al presentar la posibilidad de intervenir en las discusiones de los contenidos, que da como resultado la interactividad. A través de éste hay una participación que involucra los intereses de los grupos involucrados, que acaban por reconducir las discusiones.

Otra posibilidad con este nuevo aporte tecnológico ha sido la exhibición o creación de canales audiovisuales personales, institucionales o por grupos en la red, que permiten crear sus espacios y exhibir sus contenidos sin costo ninguno,

**Ahora es posible que una persona o grupo pueda tener su propio canal de comunicación, con *layout* personalizado, y una oferta de contenido de acuerdo con sus intereses.**

es decir, sin tener que crear un espacio virtual con su propia tecnología. Una de estas posibilidades está en YouTube, donde es viable crear un canal de exhibición sin pagar, y enlazar los videos a los blogs, es decir, los grupos pueden crear un mensaje hipermedia, con narrativa horizontal y con la posibilidad de interactividad, así como la oferta de una construcción de programación para los usuarios, de acuerdo con las ideas de Vilches (2003) sobre la "nueva televisión" con la migración digital, donde las personas quieren crear sus propios contenidos o programaciones.

## Metodología

Este estudio presenta un análisis del canal del programa audiovisual *Miradas*, producido por el equipo del área audiovisual del Centro de Investigación, Transferencia de Tecnología, Extensión y Servicios<sup>3</sup>, Vía Comunicaciones, de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), que tiene su contenido exhibido en un canal de televisión del Ecuador, pero también se muestra en la red a través de YouTube, lo que posibilita su extensión de acceso por los caminos intertextuales de Internet. La metodología utilizada para este estudio es el caso sencillo, de formato descriptivo, que presenta al final la oportunidad de desarrollar nuevos estudios sobre el tema, así como conocer sobre el programa en su canal virtual.

## Blogosfera y *Web 2.0* como ambientes del audiovisual

La blogosfera es el reto de una nueva realidad para las producciones personales independientes. Sin embargo, los espacios virtuales abiertos por la blogosfera y la red de comunicadores ofrecen una mayor difusión de las producciones, así como de las ideas desarrolladas por ellos. De esta manera, la blogosfera es responsable de un nuevo escenario audiovisual en el

<sup>3</sup> Son unidades cuya función específica es la investigación y la extensión o servicio a la sociedad (UTPL, 2007, p. 56).



mundo, pues ahora es posible crear un espacio y difundir sus obras, y abre la posibilidad para los comentarios y las evaluaciones de los que tengan interés por ellas.

Pero esto sólo se puede llevar a cabo por la *Web 2.0*, que presentó la posibilidad de tener una mayor condición de interactividad y participación en la elaboración de contenido para *Web*. Estos contenidos son producidos por la sociedad que se organiza de acuerdo con sus intereses en común, lo que Castells define como “Sociedad en Red”: “Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho)” (1999, p. 566).

Estas redes son creadas de acuerdo con las intenciones de los usuarios involucrados al desarrollar sus contenidos digitales a través de las nuevas tecnologías, haciendo posible la participación directa de los usuarios en los procesos de producción. Es una característica de la sociedad posmoderna, que ahora quiere una participación en los procesos comunicacionales. Cambra González (2007) define *Web 2.0* como: “O conceito de *Web 2.0* vai ser definido por Tim O’Reilly em 2003. Poderia entender-se como o esforço para objetivar linguisticamente uma tendência que estava começando a adquirir protagonismo na evolução da Internet: a aparição e rápida consolidação de técnicas e um novo programa de definição social”.

Esta condición de producir contenido comunicacional gana fuerza cuando los productos son audiovisuales. De acuerdo con Vilches (2003), la sociedad actual tiene como característica fundamental la decisión de mirar los contenidos que desee, la construcción de su programación personal, de acuerdo con sus aspiraciones y gustos.

**Estas redes son creadas de acuerdo con las intenciones de los usuarios involucrados al desarrollar sus contenidos digitales a través de las nuevas tecnologías, haciendo posible la participación directa de los usuarios en los procesos de producción.**

Esto amplía la fuerza de sitios como YouTube, que es la preferencia de muchos jóvenes al tener que optar entre la *Web* y la televisión, de acuerdo con Renó (2007). Lo mismo es presentado por Islas (2007), al considerar a YouTube como un espacio de difusión popular.

Entre todos los lenguajes disponibles para la *Web 2.0* y por la blogosfera, el lenguaje audiovisual es el mejor, presenta mayor proximidad con la realidad por su imagen en movimiento, el sonido y los efectos presentes en las comunicaciones desde la creación del cine. El desarrollo de la *Web 2.0* permite hacer la repercusión de un acontecimiento ampliando la participación de la sociedad en este proceso, no solo de los periodistas o reporteros. Gracias a ésta ha sido posible ampliar los espacios de difusión por la red, y que la televisión no sea la única opción.

### **Programa *Miradas***

El Cites Via Comunicaciones, a través del área audiovisual, trabaja en varios productos audiovisuales en los cuales participan docentes y estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad.

Desde octubre de 2006, cada semana y por treinta minutos, la UTPPL transmite por Ecuavisa Internacional (un canal ecuatoriano) el programa *Miradas*, una revista edu-socio-cultural que busca educar, entretener y, sobre todo, crear un vínculo con la sociedad y que los contenidos

informativos, turísticos, humanos y formativos lleguen al público ecuatoriano que ha migrado a Norteamérica y Europa, expresando en cada uno de los reportajes las vivencias del Ecuador y la diversidad cultural como un aporte efectivo al desarrollo humano del país.

El programa rescata el valor humano como elemento diferenciador, haciendo de cada interlocutor una experiencia y de cada experiencia una reafirmación de la identidad. Los reportajes se estructuran con los testimonios de las personas, creando memorias que son contadas por la gente nativa de cada sitio, proyectando el país no solamente desde el ámbito turístico sino humano: estilos de vida, tradiciones, costumbres, comportamiento, trabajo, alimentación, entre otras temáticas.

Otro de los elementos importantes que se trabaja en el programa es la difusión del arte, la cultura y la ciencia partiendo de los proyectos en los que la Universidad está trabajando, e incluyendo las diferentes expresiones artísticas del Ecuador.

### El canal virtual del programa

Todas estas experiencias que circundan el mundo académico nos despiertan muchas inquietudes e interrogantes sobre el potencial de este medio y su influencia en las relaciones dentro de las comunidades universitarias de Iberoamérica y en este caso de Ecuador. ¿Es pertinente su aplicación? ¿Ven como potencial las comunidades universitarias estas tecnologías y están abiertas a adoptar este medio audiovisual como un espacio de comunicación efectivo entre ellos? ¿Qué potencial tiene para la difusión de temas educativos? ¿Cuánto influye en el fortalecimiento de la comunidad, sus valores, rasgos y características particulares?

La UTPL, desde el 2006, toma formalmente como política institucional la promoción y el trabajo en

el uso de herramientas *Web 2.0* como medio de desarrollo académico y proyección institucional. Desde febrero del 2007, el área audiovisual ve en Internet un medio de comunicación e información a través del cual puede dar a conocer todos los productos audiovisuales que realiza, y comienza a liberar al mundo los contenidos educativos que produce, para lo cual abre un sitio de difusión en el canal YouTube. En una primera fase se levantan los reportajes del programa *Miradas* por el espacio limitado que tenía la cuenta, y conforme se da la necesidad de difundir todo el material audiovisual —documentales, reportajes y programas completos—, se logra gestionar la personalización del sitio y mayor capacidad para subir toda la producción que semana a semana se elabora.

Para el 2009 el canal de [youtube.com/utpl](http://youtube.com/utpl) tiene levantados 1008 vídeos, con 48.236 reproducciones del canal alrededor de 489 suscriptores.

Actualmente, la participación de los que visitan el sitio <http://www.youtube.com/utpl> se multiplica, y los comentarios que los internautas dejan en cada video han permitido mejorar la producción y recibir retroalimentación sobre lo que la gente piensa no solamente de la calidad de los reportajes, sino de la relación o el acercamiento que miles de personas encuentran en cada tema que se produce; los comentarios emitidos son positivos y negativos, abriendo una puerta al debate y la opinión tanto en YouTube como en los blogs de migrantes ecuatorianos que han vinculado el contenido audiovisual del canal de la UTPL a sus sitios.

Este fenómeno logra, por un lado, que se pierda el sentido de pertenencia de cada producto y, por otro, consigue difusión de la institución y el país en todas sus facetas.

Mediante estas herramientas tecnológicas los medios digitales, a diferencia de los tradicionales,

han logrado que exista comunicación, vinculación y que se conozcan, creen y afiancen redes y comunidades. El hecho de estar expuesto hacia el mundo e interactuar, crea inteligencia colectiva.

Actualmente poseen una licencia abierta, lo que permite compartir los contenidos respetando al autor de la obra, y no puede darse la apropiación de los mismos y menos ser usados para obtener lucro.

La llegada de la *Web 2.0*, incrementó el debate sobre el control de los derechos de autor; con las licencias *Creative Common* se plantea un espacio intermedio donde el autor puede reservarse "ciertos derechos"; en el caso de los productos audiovisuales que se generan a través del Cites Vía Comunicaciones se tiene abierta la opción que permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero dando siempre testimonio de su autoría.

### **Estética del programa de televisión frente a la estética del programa en YouTube**

Existe una importante diferencia en la exhibición de un programa para televisión frente a la exhibición por YouTube, y es la condición del encuadre. En la televisión, las imágenes son abiertas, es decir, son proyectadas en una pantalla mayor, y en la *Web* son pantallas pequeñas; lo mismo sucede con la calidad de las imágenes, en la televisión son más definidas, mientras en la *Web* no tienen buena definición de audio y video.

El programa *Miradas*, realizado para la televisión, no tiene este tipo de problemas, pues su producción trabaja con imágenes cerradas, es decir, tienen un encuadre cercano al personaje, esto hace que la imagen tenga proximidad en la pantalla y permita tener una ampliación y mejor definición. Los créditos y la información en tex-

**En la televisión, las imágenes son abiertas, es decir, son proyectadas en una pantalla mayor, y en la Web son pantallas pequeñas; lo mismo sucede con la calidad de las imágenes, en la televisión son más definidas, mientras en la web no tienen buena definición de audio y video.**

to tienen la calidad requerida para la *Web*, donde es importante escribir con una grafía grande y bien definida, de acuerdo con Renó:

Sabe-se que a qualidade de definição das imagens transmitidas pela Internet a usuários da grande massa possui uma limitação de definição tanto do áudio quanto do vídeo por questões de tecnologia disponível. O vídeo, para que o arquivo possua uma extensão menor, possui uma qualidade mais baixa, o que provoca uma pigmentação ou um embaçamento da imagem. O áudio, por sua vez, sai muitas vezes com a qualidade diminuída e de certa forma com a compreensão prejudicada pelos mesmos motivos do vídeo. As pesquisas sobre transmissão de vídeos pela Internet não são recentes e acompanham o desenvolvimento e a popularização da Internet (2006, p. 68).

El programa *Miradas* puede superar los problemas y las limitaciones presentadas por la *Web*, tanto en cuestiones de estética como en audio, pues su producción está bien desarrollada en este sentido. El audio es siempre definido, con volumen de acuerdo con las necesidades de la *Web*, haciendo que el programa pueda ser visto en Internet.

Otra cualidad del programa para la *Web* es su tiempo de exhibición, no más de media hora. De acuerdo con las investigaciones de Renó (2006), el tiempo ideal de video para la *Web*, sin interac-

tividad, es de 18,35 minutos. A decir del investigador, “[...] a exibição de obras no monitor de computador pode não ser desgastante quando se trata de curtas. Nestes casos, o tempo de permanência em frente ao monitor passa a se dividir em curtos espaços de tempo (p. 77).

La estética del programa sigue las determinaciones de la televisión y el reto que le presenta la *Web*. Existen limitaciones tecnológicas, pero hay un segmento de usuarios que tienen gusto por los videos en la *Web*, un grupo que va en crecimiento y que tiene en Internet un espacio para sustituir a la televisión, como dice Vilches (2003), para quien la Internet posibilita la definición de una programación individual, como quieren los usuarios de la actualidad.

### Conclusiones

Investigar sobre lenguaje en la *Web* es muy peligroso, pues es un campo que tiene lenguajes y narrativas en desarrollo, con programas realizados por personas y para personas que presentan un cambio de actitud. El ratón es una herramienta que direcciona al usuario / espectador hacia actitudes que pueden ir desde la definición de su contenido y programación hasta el deseo por la interactividad. Es importante desarrollar estas investigaciones con estudios de caso.

La *Web* es, sin duda, un espacio muy importante para la supervivencia de la narrativa audiovisual, por esta razón son necesarios los estudios al respecto, a fin de desarrollar nuevos medios narrativos que tengan como propuesta mayor las estructuras hipertextuales y hipermedias de Internet, con sus contenidos digitalmente expandidos y sus herramientas de interactividad como presupuesto de una comunicación real.

Con esta investigación llegamos a la conclusión de que el canal <http://www.youtube.com/utpl> se convierte en un espacio para la opinión abier-

ta sobre temas que habitualmente no se abordan en la relación no mediada por Internet. Es posible conocer los contenidos del programa y también compartir sus producciones con otras personas, a través de links posteados en la blogosfera, en canales *específicos y particulares*. También es importante apuntar que este espacio es libre de programación previamente definida, es decir, todos pueden mirar los programas por un sistema *on demand*, de acuerdo con el deseo y el tiempo del usuario.

También está claro que el uso de este medio está generando nuevas formas de comunicación en la gestión de información, conocimientos y criterios por compartir; va más allá del simple hecho de que la participación es la libre expresión de las personas de una comunidad, su uso se ve incrementado por el interés de cada administrador de ser conocido, comentado y refutado por sus pares u otros públicos que puedan compartir sus intereses desde cualquier latitud.

A través de YouTube, el grupo Vía Comunicaciones tiene la garantía y la libertad de producción y exhibición, y no tiene que esperar la televisión para proyectar sus programas, en especial *Miradas*, producido por alumnos y profesores de la Universidad Técnica Particular de Loja. La influencia que tiene YouTube en la adopción y vivencia de prácticas como la libertad de expresión, la interacción directa, el uso regular de las nuevas tecnologías, la apertura del conocimiento y la formulación de propuestas diversas respecto de temas comunes, sin duda fortalece

**Investigar sobre lenguaje en la *Web* es muy peligroso, pues es un campo que tiene lenguajes y narrativas en desarrollo, con programas realizados por personas y para personas que presentan un cambio de actitud.**

el sentido de comunidad y pertenencia entre las personas que la conforman y se sienten identificadas o ligadas a ciertos contenidos.

El programa presentado por un canal en YouTube tiene una interfaz previamente definida por el sitio. En este sentido, no sigue los conceptos de Manovich (2005) sobre las disposiciones de los mismos. Pero al mismo tiempo, el canal presenta una oferta de contenido que sigue los conceptos de navegabilidad presentados por este investigador sobre video en Internet.

Lo más importante de este estudio es reafirmar la importancia de desarrollar investigaciones sobre estética, lenguaje y formatos narrativos en productos audiovisuales para la Web. Los usuarios ahora quieren una programación que ofrezca interactividad, participación y posibilidad de definición o personalización de sus contenidos, o de las direcciones narrativas presentadas en las obras donde la imagen es importante, pero el discurso lo es más.

### Referencias

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Traducción de Plínio Dentzien. São Paulo: Jorge Zahar Editores.

Cambra González, T. (2007). La Web 2.0 com a distopia en la recent Internet, *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 11. Temática Variada. Disponible en [http://www.google.com.br/search?q=%22anomenat%22+significado+em+portugu%C3%AAs&hl=pt-BR&rlz=1T4SKPB\\_pt-BRBR239BR239&sa=2](http://www.google.com.br/search?q=%22anomenat%22+significado+em+portugu%C3%AAs&hl=pt-BR&rlz=1T4SKPB_pt-BRBR239BR239&sa=2) [Fecha de consulta: agosto 28 de 2009].

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Deusdado, S. (2005). Um modelo para streaming de vídeo escalável usando multicast IP SSM com QoS adaptativa. Disponible en <http://>

**Los usuarios ahora quieren una programación que ofrezca interactividad, participación y posibilidad de definición o personalización de sus contenidos, o de las direcciones narrativas presentadas en las obras donde la imagen es importante, pero el discurso lo es más.**

[wiki.di.uminho.pt/wiki/pub/Doutoramentos/SDDI2004/SergioDeusdado-Simposio-DoutoraldoDIjan2005.pdf](http://wiki.di.uminho.pt/wiki/pub/Doutoramentos/SDDI2004/SergioDeusdado-Simposio-DoutoraldoDIjan2005.pdf) [Fecha de consulta: agosto 28 de 2009].

Fumero, A. M. (2007). Contexto sociotécnico. En A. Miguel Fumero y R. Genís. *Web 2.0*. Madrid: Fundación Orange.

Gonzaga Assis de Luca, L. (2004). *Cinema digital: um novo cinema?* São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo / Fundação Padre Anchieta.

Islas, O. (2007). Internet y la obligada remediación de la televisión. *Materia Primaria*, 1 (1): 11-22. Revista de pesquisa dos cursos de Comunicação Social, Jornalismo e Publicidade das Faculdades COC. Ribeirão Preto: Faculdades COC.

Jones, K. (2005). *Our Digital Journey*. En V Bieñal Iberoamericana de Comunicação, Estado de México. Anais eletrônicos.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós comunicación.

McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*. 18 ed. São Paulo: Cultrix.

Renó, D. (2006). Características comunicacionais do documentarismo na Internet: estudo de caso site Porta Curtas. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Facom, Umesp.

Renó, D. (2007). YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, 434-443. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Disponible en [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm) [Fecha de consulta: agosto 28 de 2009].

Tricas, F.; Merelo-Guervós, J. J.; Ruiz, V. (2006). El

tamaño de la blogosfera: medidas y herramientas. En J. M. Cerezo, *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: Fundación France Telecom.

UTPL (2007). *Revista Institucional. Loja*. Editorial UTPL.

Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Loyola.



# Latina

Revista Latina de Comunicación Social  
63 de 2008

Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 11º – 2ª época - Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

**Investigación** – pdf – [metadatos](#)

DOI: 10.4185/RLCS-63-2008-755-083-090

#### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Porto Renó, Denis (2008): "El montaje audiovisual como base narrativa para el cine documental interactivo: nuevos estudios", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 83 a 90, en pdf. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperado el \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2\_\_\_ de:

[http://www.revistalatinacs.org/\\_2008/08\\_Brasil/2008\\_Denis\\_Porto.html](http://www.revistalatinacs.org/_2008/08_Brasil/2008_Denis_Porto.html)

DOI: 10.4185/RLCS-63-2008-755-083-090

#### Revisores:

**I** – El artículo es una aportación novedosa que plantea una cuestión muy actual: las posibilidades de los nuevos formatos audiovisuales y su explotación en los diferentes soportes. Se trata de un estudio que aborda el montaje narrativo desde una perspectiva distinta, al poner de manifiesto la importante interacción que existe entre el lenguaje audiovisual y las nuevas tecnologías. En el artículo queda claro como ambos elementos se condicionan y retroalimentan de forma permanente. Al mismo tiempo aborda una cuestión que hasta ahora apenas ha sido tratada en estudios científicos: la participación del espectador en la obra representada, gracias a la interactividad que posibilita la tecnología. Este planteamiento merece un reconocimiento académico que otorga al artículo un valor singular.– **Dr. Xosé Soengas**, catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Santiago de Compostela, USC (Galicia).

**II** – El artículo trata un tema central para la teoría de la comunicación audiovisual desde los inicios del cinematógrafo: el concepto de montaje, sus derivaciones en relación con la tecnología y sus nuevas implicaciones que se recogen desde los nuevos medios. En el texto se repasan las teorías cinematográficas de Vilches, Leone, Shaw, Lunenfeld, Manovich, Yin, Epstein, Peruzzo, Richardson y Pudovkin, entre otros, sobre la narrativa audiovisual, el hipertexto y su papel en el desarrollo de los nuevos medios de comunicación. Conceptos como el de no linealidad, interactividad de menú o de tipo arbóreo, estructura fractal, tan novedosos en el ámbito del lenguaje de los nuevos medios de comunicación, son analizados siguiendo la pista de estos teóricos, con especial atención en las ideas de Lev Manovich. En cuanto a la metodología, se basa en un diseño experimental, en el que han participado diferentes investigadores de varios países. Si bien los objetivos del estudio se encuentran poco explicitados, así como no hay una relación directa entre la teoría propuesta y el experimento final, el texto tiene validez en la medida en que es exploratorio respecto a una futura investigación posterior, que se adivina puede proporcionar interesantes conclusiones.– **Dra. Ana Sedeño**, profesora de la Universidad de Málaga, UM.

**III** – El artículo posee coherencia discursiva. Un tema de indudable interés teórico y práctico. Bibliografía: pertinente y actualizada, trabajada adecuadamente.

El artículo pone en evidencia algunos aspectos que, a los efectos de enriquecer futuras investigaciones sobre el tema, sería interesante tomar nota:

Si la idea de montaje como fragmentación y re-unión de bloques de un material audiovisuales a los efectos de modificar su estructura narrativa ya configura la autopercepción de autoría de los usuarios.

Si la interactividad permitiría, en tanto se da un desplazamiento del rol de receptor a autor, el acceso a nuevas experiencias, de qué tipo de experiencias se trataría.

El autor plantea que "Para solucionar futuros problemas antes que os mismos fossem enfrentados, realizou-se um experimento-piloto...". Sería interesante profundizar algunas hipótesis acerca de los futuros problemas, tanto en relación a las investigaciones mismas, como a los desafíos que la interactividad podría suponer en los procesos de apropiación y uso de material audiovisual, lo cual sitúa a los interrogantes de este tipo en el campo de los estudios de recepción.– **Dra. Susana Morales**, profesora de la Universidad Nacional de Córdoba (República Argentina), UNC.

## El montaje audiovisual como base narrativa para el cine documental interactivo: nuevos estudios

The audiovisual mounting narrative as a basis for the documentary film interactive: news studies

A montagem audiovisual como base narrativa para o cinema documentário interativo: novos estudos

Artículo recibido el 23 de enero de 2008. Sometido a pre-revisión el 24 de enero de 2008. Enviado a revisión el 25 de enero de 2008. Aceptado el 4 de febrero de 2008. Galeradas telemáticas enviadas al autor el 4 de febrero de 2008. Visto bueno del autor, el 7 de febrero de 2008. Publicado el 8 de febrero de 2008.

### Mgs. Denis Porto Renó [C.V.]

Doctorando de la Universidade Metodista de São Paulo – Brasil

[denis@ojosenelmundo.com](mailto:denis@ojosenelmundo.com)

**Resumen:** Este artículo presenta una revisión bibliográfica y los resultados del experimento-piloto de la investigación de doctorado “el montaje audiovisual como lenguaje narrativo para el cine documental interactivo”, que defiende la tesis de que hay características interactivas en el montaje audiovisual del cine, incluso como agente causador de la interactividad. La búsqueda de formatos audiovisuales interactivos están presentes en pesquisas internacionales, pero con miradas tecnológicas. Creemos que con la conclusión de este trabajo será posible proponer formatos de producción audiovisual interactiva para el cine, el vídeo, la televisión, el computador y el teléfono móvil, atendiendo las expectativas de la sociedad post-moderna.

**Palabras clave:** Audiovisual, lenguaje, interactividad, cinema interactivo, cine documental, comunicación.

**Abstract:** This paper presents a literature review and experiment results from pilot-doctoral research "assembly language visual narrative for the documentary film interactive," which defend the thesis that there are features interactive audio and video editing of the movie, even as causing agent of interactivity. The search for interactive audio-visual formats are present in international investigations, but sob glances technology. He believes that this paper is to propose possible formats for interactive audiovisual production film, video, television, computer and cell phone from the postmodern society.

**Keywords:** Audiovisual, language, interactivity, cinema interactive, documentary, communication.

**Resumo:** Este artigo apresenta uma revisão bibliográfica e os resultados do experimento-piloto da pesquisa de doutorado “a montagem audiovisual como linguagem narrativa para o cinema documentário interativo”, que defende a tese de que existem características interativas na montagem audiovisual cinematográfica, inclusive como agente causador da interatividade. A busca por formatos audiovisuais interativos estão presentes em pesquisas internacionais, mas sob olhares tecnológicos. Acredita-se que com a conclusão deste trabalho seja possível propor formatos de produção audiovisual interativa para o cinema, o vídeo, a televisão digital, o computador e o telefone móvel, de acordo com as expectativas pós-modernas.

**Palavras chave:** Audiovisual, linguagem, interatividade, cinema interativo, documentário, comunicação.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Conceptos de montaje audiovisual y hipertexto. 3. Los nuevos medios discutidos por Lev Manovich. 4. La non linealidad. 5. Actuaes obstáculos tecnológicos. 6. Resultados del experimento-piloto. 7. Conclusiones. 8. Bibliografía. 9. Notas.

**Summary:** 1. Introduction. 2. Concepts of assembly audiovisual and hypertext. 3. The new media discussed by Lev Manovich. 4. The non-linearity. 5. Current technological obstacles. 6. Results of the pilot experiment. 7. Conclusions. 8. Bibliography. 9. Notes.

**Sumário:** 1. Introdução. 2. Conceitos de montagem audiovisual e hipertexto. 3. Os novos meios discutidos por Lev Manovich. 4. A não-linearidade. 5. Atuais obstáculos tecnológicos. 6. Resultados do experimento-piloto. 7. Conclusões. 8. Bibliografia. 9. Notas.

## 1. Introdução

As novas tecnologias têm possibilitado ao mercado audiovisual o seu franco desenvolvimento, em todos os gêneros. O baixo custo e as facilidades de produção aliadas aos resultados finais apresentados alavancaram a produção do setor, que oferece produções finalizadas, e muitas vezes captadas, em sistema digital, combatendo, assim, a quase inviabilidade econômica de se produzir uma obra em película. Mas todo esse desenvolvimento encontra uma lacuna tecnológica, aparentemente tecnocêntrica [1], relacionada ao cinema interativo, ou às narrativas que possibilitam ao espectador uma participação na obra apresentada.

O espectador também sofreu mudanças. Acostumado a ser somente o receptor, com as novas tecnologias ele aprende a produzir suas próprias obras, o que cria o hábito de participação. Segundo Renó (2007)

Através desta tecnologia, os vídeos passaram a contar com maior qualidade e uma diversidade de recursos, até então impossibilitados pelas câmeras analógicas. O mesmo aconteceu com os programas de edição, que passaram a compor sistemas operacionais de fácil obtenção, como o Windows XP, que traz em seu pacote básico o programa de edição de vídeo Windows Movie Maker, gratuitamente.

Agora ele pode ser chamado de espectador/usuário, pois o mesmo está sempre disposto a “navegar” pelas tecnologias oferecidas, mas o cinema não possibilita essa atuação, tecnologicamente. Tal situação irá se intensificar em breve, com a implantação da TV digital, que promete diversas inovações, dentre elas a interatividade. Qual será a possibilidade de se interagir no cinema quando este estiver sendo reproduzido na TV digital? Ainda não se definiu, ao menos no Brasil, como isso vai funcionar. Apesar dos diversos pólos de investimento de conteúdo promovidos pelo Ministério das Comunicações nos últimos anos, ainda não se chegou a um resultado animador. O mesmo ocorre em outros países, onde o investimento em pesquisas existe a um tempo maior, e um dos motivos que impossibilitam esse desenvolvimento, atualmente, é a



tecnologia de software e de hardware. Mas a solução para o cinema interativo, ou a sinalização para um novo caminho, pode estar na narrativa, e não somente na tecnologia. Desprendimento do tecnocentrismo, onde a tecnologia é o suficiente para a maioria das inovações, é se faz necessário. Neste momento, passa-se a valorizar mais a capacidade e a participação humana no processo cinematográfico, realizado pelo homem desde sua invenção no século XIX.

Corroborando com essas novas realidades, reforça-se cada vez mais a necessidade da utilização dos novos meios nos processos educacionais, com o crescente advento da educação a distância e a adoção de ferramentas multimídias e virtuais nestes processos. Por isso, definiu-se o gênero documentário para este estudo, por acreditar na importância do mesmo nos processos de difusão do conhecimento, historicamente. O formato proposto pode ser aplicado a obras do gênero ficção, mas este trabalho definiu como prioridade de estudo o cinema documentário.

Este artigo resulta de uma revisão metodológica referente ao projeto de pesquisa de doutorado do autor. Também resulta de uma pesquisa bibliográfica sobre os temas montagem audiovisual, cinema interativo e migração digital. Apoiou-se, para tanto, em especial as teorias de Vilches (2003), Leone (2005), Shaw (2005), Lunenfeld (2005), Manovich (2003) e Pudovkin (1983) nas temáticas narrativas audiovisuais e hipertexto, ampliando os aportes teóricos no campo da metodologia de pesquisa através dos conceitos de Yin (2002), Epstein (2002), Peruzzo (2003) e Richardson (2007), e dos resultados obtidos em um experimento-piloto do proposto pela tese, com resultados apresentados neste trabalho. Após aplicar-se o experimento-piloto, constatou-se um conjunto de problemas metodológicos que foram corrigidos para o experimento macro desta pesquisa.

Com o resultado final da pesquisa, aliando-se às discussões apresentadas em sala de aula, fez-se uma revisão metodológica do projeto que se encontra em fase inicial de coleta de dados bibliográficos.

## 2. Conceitos de montagem audiovisual e hipertexto

Antes de discutir sobre possíveis processos interativos existentes na montagem audiovisual é preciso compreender a sua importância no produto audiovisual, assim como suas origens. Tais discussões são abertas por Aumont (2004) de forma esclarecedora. O teórico defende consideráveis mudanças sobre conceitos de montagem cinematográfica e discute seu significado. Para ele:

O cinema, com efeito, conheceu outra forma de síntese, conceitual, abstrata, aquela cujo protótipo é o Eisenstein das “Notas sobre O Capitã”; é com essa síntese no horizonte que se dá toda a argumentação clássica sobre a montagem, a tirania do sentido e o direito imprescindível do real de falar sobre si mesmo. Claro, na medida em que ela é clássica, a polêmica sobre a montagem (aquela que continuamos a descrever como um enfrentamento Bazin vs. Eisenstein) se viu, em data recente, consideravelmente deslocada, e a montagem enquanto objeto teórico, não é mais totalmente o que ela era. A “interdição” baziniana da montagem em nome de uma estética do plano –do plano como vestígio e revelação não passível de ser fragmentada– foi ultrapassada de uma só vez. (Aumont, 2004: 101)

Xavier (2005) também defende o valor e a importância da montagem no processo cinematográfico para diversos cineastas e teóricos, como Pudovkin (em Xavier, 1983: 60), para quem “a montagem constrói cenas a partir dos pedaços separados (...). A seqüência desses pedaços não deve ser aleatória e sim correspondente à transferência natural do observador imaginário (que, no final, é representado pelo observador)”, o que fortalece a possibilidade de comparação entre os efeitos da montagem audiovisual com os conceitos de hipertexto na Internet, onde o usuário também escolhe os “pedaços” textuais a serem lidos, não de forma aleatória, mas como consequência do discurso produzido por eles. Nesta proposta também se adota o conceito de hipertexto, que para Aarseth (1997: 41-42) é validado por seu dinamismo, interdeterminabilidade, transitoriedade, manejabilidade y funcionalidade. Num olhar de caráter audiovisual, segundo Leone (2005: 25):

Entendendo-se a montagem como uma modalidade fundamental para a narrativa, ela estabelecerá uma interdependência de todas as expressões ao agir, através do corte, como transformadora das materialidades. Nessa perspectiva, o corte parece ser o fator que trabalhará o material fotográfico, como também o ordenamento do material sonoro, moldando relações e associações que integrarão a narrativa segundo as concatenizações lógicas.

A mesma atividade interativa, visualizada na montagem audiovisual, é defendida pelo mesmo autor como responsável por um processo compartilhado com outras expressões comunicacionais e suas ferramentas. A viabilidade de comparação entre a montagem e o hipertexto justifica-se novamente por palavras do mesmo autor, para quem:

Não é só a expressão cinematográfica que contribui, através da montagem, para as possibilidades narrativas das imagens. Depois dela, as mídias eletrônicas, o vídeo, o CD-ROM e o hipertexto. Todos acabam abrigando-se nas possibilidades abertas para edição, seja para narrar uma história, seja para navegar nos discos. Hoje é impossível pensar somente em uma só mídia. (Leone, 2005: 103)

Tais possibilidades são realizadas tanto pelo montador quanto pelo usuário das ferramentas interativas oferecidas pela Internet, realizando um novo roteiro de leitura das mensagens a cada hora, a cada opção escolhida. A informação, tanto para um quanto para outro, é oferecida fragmentada, dividida e interligada por nós (Renó, 2006), oferecendo caminhos distintos. Esse conceito de decomposição da informação percebida com o hipertexto é semelhante ao do audiovisual, que seleciona seus fragmentos através da decupagem. Segundo Xavier (Xavier, 2005: 27):

Classicamente, costumou-se dizer que um filme é constituído de seqüências –unidades menores dentro dele, marcadas por sua função dramática e/ou pela sua posição na narrativa. Cada seqüência seria constituída de cenas– cada uma das partes dotadas de unidades espaço-temporal. Partindo daí, definamos por enquanto a decupagem como um processo de decomposição do filme (e, portanto, das seqüências e cenas) em planos.

Atualmente, as novas tecnologias sugerem uma migração do audiovisual, hoje no cinema e no vídeo, para a Internet, somando-se à possibilidade de interatividade no processo. Não uma migração como existe atualmente em sites específicos de exibição audiovisual (como, por exemplo, os sites Porta Curtas [2] e YouTube [3]), mas com uma estética que ofereça ao

usuários processos participativos. Isso é discutido pelas pesquisas em desenvolvimento por Adrian Miles, Jeffrey Shaw e Peter Lunenfeld, ambos pesquisadores sobre o cinema interativo e suas vertentes de produção e linguagem. Segundo Lunenfeld (2005: 356):

Apesar de estarmos ainda no começo do processo, podemos identificar as características focais do domínio emergente do cinema digitalmente expandido [o cinema interativo]. As tecnologias dos ambientes virtuais apontam para um cinema que é um espaço de imersão narrativo, no qual o usuário interativo assume o papel de câmera e editor.

Também engajado com estes estudos, Miles (2005) foi um dos responsáveis pelo fundamento principal na estruturação do conceito de interatividade existente num produto audiovisual, de forma que fosse capaz de provocar novas experiências em quem o assiste, conceituando isso como a característica básica do cinema interativo. Para Miles (2005: 153):

Não desejo criticar a colonização do cinemático pelo hipertexto, mas, sim, alterar as regras de engajamento. Em vez de tentar pensar que o cinema pode oferecer ao hipertexto, o que já assume uma territorialização do hipertexto em termos do discurso escrito, quero propor que o hipertexto sempre foi cinemático.

Apesar de estudado com certa intensidade, o cinema com interatividade ainda não atingiu o seu maior objetivo, como declarado por Cameron (*apud* Shaw, 2005: 372), para quem o cinema interativo deve ser capaz de, através do material audiovisual, proporcionar ao público a construção de suas próprias experiências. Para ela:

Quando você percebe pela primeira vez que os computadores não são apenas ferramentas, mas uma nova mídia, por meio da qual a informação pode ser entregue de maneiras completamente novas, uma lâmpada se acende –certamente aconteceu na minha cabeça e vi acontecer na cabeça de uma porção de gente. Ao invés de sumos-sacerdotes em torres de marfim decidindo o que será um programa de TV, você pode oferecer o material do programa ao público e eles podem construir suas próprias experiências.

Ao mesmo tempo, segundo Miles (2005: 162), “uma edição ou link é, se quiser, uma manifestação da expressão dessa força”, referindo-se à interatividade. Percebe-se, teoricamente, com a ajuda destes autores, que uma nova edição, mesmo que pela seqüência particular na abertura de links, pode-se obter uma nova experiência e, conseqüentemente, atingir o objetivo principal do cinema interativo, que propõe uma participação maior do espectador/usuário no processo narrativo, associando novamente a montagem audiovisual com o hipertexto adotado pela Internet.

Uma das discussões relacionadas com o tema refere-se à autoria de um produto audiovisual interativo. Quem é o autor deste produto: o diretor ou o espectador/usuário? As teorias atuais do cinema sugestionam um autor supremo de uma obra. Porém, existem outros autores responsáveis pelo resultado final de um produto audiovisual. Além do diretor, participam diretamente da obra o roteirista, o montador, o diretor de fotografia, dentre outros com menos importância. A participação do diretor de fotografia na construção narrativa, segundo Xavier (2005: 20), é explicada em:

A relação freqüente vem do fato de que o enquadramento recorta uma porção limitada, o que via de regra acarreta a captação parcial de certos elementos, reconhecidos pelo espectador como fragmentos de objetos ou de corpos. A visão direta de uma parte sugere a presença do todo que se estende para o espaço “fora da tela”. O primeiro plano de um rosto ou de qualquer outro detalhe implica na admissão da presença virtual do corpo.

Essa admissão, assim como a extensão para “fora da tela”, acontece de forma imaginária, ou seja, a mensagem pode ser reconduzida pelo diretor de fotografia, dando a ele poderes de autoria. O mesmo ocorre com o montador, que, segundo conceitos de André Bazin (Xavier, 2005: 88), o montador possui funções de direção, por mais simples que seja esta atuação. “A conclusão de Bazin é que, mesmo no nível mais imediato da apresentação dos fatos, a mais modesta montagem já impõe uma direção que tende a dar uma unidade de sentido para os eventos”. Mas Xavier (2005: 89) revela uma crítica de Bazin a esta supervalorização do poder de direção em “o cineasta não é um juiz, mas uma humilde testemunha” por ser claramente favorável ao cinema direto, em contraposição à montagem cinematográfica. Já o russo Sergei Eisenstein (*apud* Xavier, 2005: 129) justifica a montagem quando diz que “diante de qualquer espetáculo, é preciso, ‘guiar o espectador na direção desejada’”. Com isso, estes passam a ser co-autores da obra audiovisual.

Mas a panorâmica de autoria e co-autoria fortalece-se nos dias atuais, onde a interatividade e a leitura hipertextual e não-linear torna-se freqüente nos processos comunicacionais. Com o advento da hipertextualidade, o leitor/espectador passa a ser co-autor da obra, como define Manovich (2005), numa leitura sobre as relações de autoria e co-autoria em produtos comunicacionais hipermediáticos, pois o usuário reconstrói a mensagem no momento da leitura, na escolha de novos caminhos e obtenção de uma nova experiência, como defendido por Cameron neste trabalho. Tal conceito é fortalecido por Picos & González (2006: 19), quando:

Segundo as teorias ao uso, a irrupção de uma literatura interativa e hipertextual nos põe diante de uma nova forma de escritura que joga contra a autoridade do autor: o autor cancelaria a polissemia do texto e, como o Deus da cristandade, deixaria pouco espaço para converter o leitor em intérprete promíscuo e criador de um texto aberto, de um organismo intertextual conectado até o infinito com outras mensagens e marcas em evolução constante, um texto de textos (literários, mas também fotográficos, fílmicos, pictóricos ou musicais), quem sabe o Livro dos Livros como sonhou Maomé.

Com a leitura hipertextual, o status de autoria ganhou mais um coletivo de concorrentes: o leitor/espectador. Vilches discute a respeito dos novos poderes dos espectadores, agora usuários, no campo do audiovisual como:

Os novos meios parecem impulsionar uma dinâmica radicalmente diferente, por generalização da demanda. Portanto, a participação nos produtos audiovisuais é um fato, ante a exigida recepção passiva da era da televisão. (...) Mas se os usuários são agora criadores de seus próprios produtos, o que acontecerá com a teoria da mediação? (...) Será que os usuários converter-se-ão em criadores e escritores, apenas por passarem a dispor de ferramentas interativas e de hipertextos? (Vilches, 2003: 20)

Com os novos conceitos de autoria e co-autoria, provocadas pelo advento da hipertextualidade, o leitor/espectador não se contenta com a passividade (Santaella, 2004). Essa necessidade da participação pode migrar para o cinema, quando interativo, tornando-os diretores ao lado dos tradicionalmente considerados envolvidos com a produção de uma obra audiovisual.

### 3. Os novos meios discutidos por Lev Manovich

Para se compreender a tese proposta por este trabalho, é preciso pensar nos novos meios como um ambiente propício para a exibição de produtos audiovisuais. Porém, para isso, faz-se necessário ter como referência exemplos extraídos de produtores pertencentes à escola audiovisual adotada neste trabalho: a escola russa, que desde seu surgimento propunha a fragmentação estrutural de obras audiovisuais com seus procedimentos de montagem. Para isso, considera-se também necessário conhecer as teorias do russo Lev Manovich, considerado um dos expoentes teóricos sobre os novos meios como ambientes artísticos e comunicacionais.

Manovich (2005) propõe em sua obra um prólogo que compara a obra *O homem e a câmera*, de Vertov (1929), com as estruturas comunicacionais dos novos meios. De forma criativa, o autor relaciona os atuais conceitos com o tradicional, mas sempre discutido, conceito estrutural do audiovisual russo, e coloca em xeque a identidade destes novos meios.

Quem são os novos meios? Poderíamos começar por responder a esta pergunta elaborando uma lista das categorias com que a imprensa popular insiste em abordar: Internet, os sites web, o multimídia, os videogames, os CD-ROM e o DVD e a realidade virtual. Estão todos os que são? E onde estão os programas de televisão produzidos em vídeo digital e editados em estação de trabalho informático? (Manovich, 2005: 63)

Manovich (2005: 75) define a modularidade destes ambientes como uma “estrutura fractal dos novos meios”, ou seja, da mesma forma que uma estrutura fractal possui sempre uma mesma estrutura em diferentes escalas, os produtos dos novos meios apresentam sempre a mesma estrutura modular. E fortalece a proposta desta tese quando defende que “(...) a lógica dos novos meios corresponde à lógica da distribuição pós-industrial: ‘a produção a pedido do usuário’ e ‘em seu tempo’” (Manovich, 2005: 83).

Os conceitos apresentados pelo autor para os novos meios apóiam também a estrutura interativa proposta por esta tese. De acordo com Manovich (2005: 84), pode-se definir a proposta interativa deste trabalho como uma interatividade do tipo arbóreo, também chamada de interatividade baseada em um menu. Segundo o autor, esta denominação provém do comparativo desta estrutura cognitiva com a de uma árvore e seus ramos. De acordo com o autor:

No caso da interatividade arbórea, o usuário desempenha um papel ativo ao determinar a ordem em que se acessam os elementos que já foram criados; trata-se de o tipo mais simples de interatividade. Mas também é o mais complexo, onde tanto os elementos como a estrutura do objeto em seu conjunto podem modificar-se ou gerar sobre o sentido, em resposta à interação do usuário com o programa (Manovich, 2005: 86).

Os novos meios provocam uma interatividade que vão de uma simples acessibilidade aleatória à reestruturação de mensagens, o que pode provocar novas mensagens. De acordo com Manovich (2005), tais significações são uma responsabilidade moral para os novos autores, e o acesso aleatório é uma necessária possibilidade dos novos meios, o que se estende ao cinema interativo.

Os novos meios soa interativos. Diferente dos velhos meios, onde a ordem de apresentação vinha fixada, agora o usuário pode interagir com o objeto midiático. Neste processo de interação pode escolher que elementos se mostram ou que rotas seguir, gerando assim uma obra única. Neste sentido, o usuário se transforma em co-autor da obra (Manovich, 2005: 97).

As idéias de Manovich (2005: 293) em sua obra também reforçam a idéia de que a reorganização de fragmentos, que são bases de dados, é um processo criativo, como proposto nesta tese. E complementa: “Agora, qualquer um pode converter-se em criador somente com o que proporciona um novo menu, ou seja, que faça uma nova seleção a partir do corpus total disponível” (Manovich, 2005: 181).

### 4. A não-linearidade

Pensar em cinema interativo significa compreender uma narrativa sem um fim pré-determinado. Para isso, é preciso acreditar na possibilidade de se desenvolver uma história com estrutura líquida, sem definição, que possibilite o desenvolvimento de uma nova estrutura pelo espectador/usuário. O mesmo ocorre na hipernovela, proposta por Colle (2008), para quem:

La hipernovela tiene la intención de saltarse el canon narrativo clásico y romper la linealidad del discurso literario. No es una novedad en el mundo literario: ya se conocen obras impresas que pueden ser leídas a través de diversas secuencias, como “El Aleph”, de Borges; “Ulises”, de Joyce, o “Rayuela”, de Cortázar. “Rayuela”, de Julio Cortázar, es una novela estructurada en 155 capítulos, que se pueden leer de forma lineal o siguiendo una carta de navegación que propone Cortázar, según el “Tablero de dirección” o tabla de instrucciones que precede a la novela.

Para o autor, a inexistência de um final definido é muitas vezes compartilhada com a total inexistência de final. Assim, o espectador/usuário pode propor seu final. E comenta que “además de cuestionar los conceptos de principio y fin determinados, el hipertexto cuestiona la noción de unidad o totalidad asociada a dichos conceptos, así como la de la secuencia fija” (Collen, 2008).

### 5. Atuais obstáculos tecnológicos

Atualmente, o cinema interativo é inviabilizado por motivos tecnológicos. Espera-se que desenvolvimentos de hardware e de software ofereçam aos produtos idealizados como interativos a possibilidade de abertura de participação aos usuários. As

idéias apontam para produtos que ofereçam interatividade na construção da história através da utilização de equipamentos que escolham dentro de um cenário (a imagem na tela) um novo caminho a seguir ou possibilidades a se desenvolver, com livre-arbítrio do espectador. Segundo Lunenfeld (2005: 369), uma reportagem publicada em Sidney sobre o primeiro Festival de Cinema Interativo no programa Portugal Media 2001 supunha “uma tela de cinema ao seu redor, exibindo uma cena panorâmica na qual você pode escolher a ação que deseja ver, aplicando o zoom em certos acontecimentos e vendo algo diferente do que está sendo visto pela pessoa ao seu lado”.

Porém, tais tecnologias estão ainda distantes de surgir, segundo Shaw (2005). O mesmo autor também discute as superações que o cinema deve enfrentar em breve, sendo que “o maior desafio para o cinema expandido digitalmente é a concepção e o planejamento de novas técnicas narrativas que permitam que as características interativas e emergentes desse meio sejam incorporadas satisfatoriamente”. (Shaw, 2005: 362)

Lunenfeld (2005: 369) define o cinema interativo como “um híbrido que foi um grande *hype*, mas que nunca deu certo”. Mas, em seguida, o autor indaga que apesar dos insucessos obtidos pelo cinema interativo, os entusiastas não deixaram de pesquisar e discutir a respeito, assim como oficinas para o desenvolvimento de ferramentas em diversas universidades norte-americanas (como MIT, Califórnia State University e University of Princeton) e espanholas (Universidad Autónoma de Barcelona e Universidad de la Andalucía).

Outro obstáculo do cinema interativo refere-se à autoria. Quem é o autor de um filme interativo? O produtor, que desenvolveu um produto que possibilita ao espectador/usuário a participação na construção, ou reconstrução, de uma obra final, ou esse espectador/usuário, que “dirigiu” a nova obra?

O tema autoria é freqüente no debate sobre os meios digitais. Mas não é tão recente. O próprio Paul Levinson, ao discutir sobre a inversão de papéis entre autor e leitor nos meios digitais, coloca a seguinte questão: “quem é o autor de um filme?” (Gosciola, 2003: 134)

Mas tal discussão é amenizada por Bogdanovich (2000: 21-22), que define o nível de autoria audiovisual de acordo com o quanto o filme revela da pessoa que o controlou, ou seja, se a obra revelar mais sobre o espectador, este pode ser considerado um autor. Como o cinema interativo ainda não foi efetivamente oferecido ao mercado, e ao público, pode ser prematuro discutir o tema.

## 6. Resultados do experimento-piloto

Para solucionar futuros problemas antes que os mesmos fossem enfrentados, realizou-se um experimento-piloto neste trabalho que contempla uma estrutura de linguagem hipertextual baseada nos conceitos de montagem audiovisual como a ação de juntar as partes, organizar os planos, definidos por Leone & Mourão (1987: 15). A idéia adotada neste experimento também resulta da interpretação de uma possível solução ao cinema digital sugerida por Shaw (2005: 362), para quem:

(...) uma estratégia é desenvolver estruturas modulares de conteúdo narrativo que permitam um número indeterminado, mas significativo, de permutas. Outra abordagem envolve o projeto algoritmo de caracterizações de conteúdo que possam ser moduladas tanto pelo usuário como pelo uso de um modelo genético de seleção. E talvez o desafio supremo seja a noção de um cinema digitalmente expandido que seja efetivamente habitado pelo seu público, que, então, se torna agente e protagonista de seus desenvolvimentos narrativos.

As estratégias tecnológicas sugeridas por Shaw não foram adotadas neste experimento, apesar de tais ferramentas estarem em desenvolvimento para o experimento maior, que será realizado num futuro próximo para a obtenção de respostas para a tese de doutoramento em desenvolvimento por este autor. Apoiou-se, neste trabalho, apenas no conceito de organização de estruturas modulares na narrativa, que se assemelha ao conceito de montagem audiovisual de Leone & Mourão (1987). Também apoiou-se na teoria de Shaw (2005: 356) de que “as tecnologias dos ambientes virtuais apontam para um cinema que é um espaço de imersão narrativo, no qual o usuário interativo assume o papel de câmera e editor”. A solução em misturar audiovisual com estrutura hipertextual para se obter uma narrativa interativa apóia-se em conceito de Leone (2005: 103), para quem:

Se no decorrer do tempo o cinema consolidou suas originais possibilidades narrativas, a televisão, o vídeo e a multimídia absorveram esses conhecimentos e deles se valem para criar novas possibilidades e novas metodologias na construção dos discursos audiovisuais e dos discursos em hipertexto. Todas as mídias, debaixo do manto da edição, acabam se encontrando nas estruturas de dramatização, pois o trabalho de articulação produz o discurso com seus tempos e seus espaços.

Para a realização do experimento, fragmentou-se a obra do gênero documentário Aurora, do cineasta Kiko Goifman, em oito partes diferentes. Em seguida, postou-se cada um dos fragmentos no YouTube, em ordem aleatória, diferente da original. Com isso, o participante do experimento teria a possibilidade de definir a ordem de exibição. O passo seguinte foi construir, em HTML, um arquivo com explicações sobre os objetivos e o funcionamento do experimento, onde o participante deveria assistir todos os fragmentos oferecidos na página, com link para o arquivo no YouTube, e decidir qual seria a ordenação de fragmentos ideal para aquela obra, remontando-a. Como foram oferecidos oito fragmentos, existia-se, como na proposta do experimento macro, a possibilidade de obtenção de 40.320 resultados diferentes, não indeterminados, mas significativo, como propõe Shaw (2005).

A etapa seguinte foi definir o grupo participante. De forma aleatória e por conveniência definiu-se um grupo de seis participantes, formado pelo mexicano Octavio Islas (professor doutor do Instituto Tecnológico de Monterrey, México, especialista em Cibercultura), o peruano Alejandro Machacuay (professor da Universidade de Piura, Peru, especializado em audiovisual), a brasileira Adriane Harder (mestre em cinema pela ECA/USP, documentarista), o colombiano Jerónimo Betancurt (professor mestre da Universidade de Medellín, Colômbia, especializado em audiovisual), a equatoriana María José Martínez (professora da Universidade Técnica Particular de Loja, Equador, especializada em comunicação) e o brasileiro radicado no Canadá, Paulo Salomão (documentarista). Todos receberam o arquivo em HTML e um questionário, escrito em dois idiomas (português e espanhol) com seis perguntas fechadas e uma sétima questão para os mesmos

definirem a ordem escolhida para a remontagem da obra. Porém, Jerónimo Rivera Betancurt sentiu dificuldades em compreender a obra utilizada no experimento devido às diferenças de idioma, em português, o que impossibilitou sua participação no experimento. O mesmo ocorreu com Octavio Islas, que não participou por motivos de viagens acadêmicas internacionais. Os demais participantes não apresentaram tal dificuldade, mas este fato direciona o experimento efetivo da tese para cuidados com a legenda ou a tradução dos vídeos utilizados, pois na ocasião a maioria dos participantes pertence a países hispânicos.

A primeira pergunta indagou os entrevistados quanto à participação, se eles consideraram ter participado do resultado fílmico apresentado com a reorganização, oferecendo apenas alternativas sim e não, direcionando-os para a pergunta seis no caso da resposta ser negativa. O resultado foi animador, pois 100% declararam ter participado.

A segunda pergunta avaliou o nível de participação considerado por eles, com opções de nível total, alto, médio, pouco ou nenhum. Dentre as cinco opções, 25% declararam ter obtido participação total, 25% consideraram a participação de nível alto, 25% consideraram sua participação média e 25% considerou pouca participação.

O tema autoria começou a ser abordado na terceira pergunta que indagou se o produto final apresentado após a reorganização podia ser considerado novo filme. Chegou-se ao resultado de 75% para a resposta sim e 25% para a resposta não.

Novamente, na questão quatro, discutiu-se a autoria, agora de forma direta. Perguntou se os entrevistados eram autores da nova narrativa apresentada com a reorganização dos fragmentos. Dos seis participantes, novamente 50% considerou sim e 50% optaram pela resposta não.

A quinta questão referiu-se ao sentido lógico apresentado com a reorganização proposta, pois essa é uma preocupação com relação à perda da linearidade narrativa. O resultado apresentado foi 100% para a opção sim, apesar das diferentes estruturas narrativas propostas. Como defende Vilches (2003: 158):

Tanto na literatura como no cinema, várias obras buscam centrar o interesse não na ação, nem na trama com um conflito central, e tampouco na relação princípio-meio-fim, mas nas estruturas mentais. As obras não lineares, tanto na literatura como no cinema, apontam para a substituição das partes ou seqüências de continuidade narrativa, para nos apresentar um mosaico, que nos devolve o tempo e o espaço numa só unidade.

A sexta questão indagou se esse formato proposto de reconstrução narrativa tendo como base conceitos de montagem audiovisual e estruturas hipertextuais podia ser considerado um possível conteúdo para a Internet ou para a TV digital. Dos cinco participantes, 100% disseram sim, defendendo a viabilidade desta pesquisa. A resposta pode sinalizar um problema apresentado por Leone (2005: 111), para quem:

Hoje, um problema está posto e não é o de uma crise de imagens, mas o de uma crise de idéias. Então, é urgente rever o problema da montagem com o advento das transformações tecnológicas, já que montagem retorna com tudo nos dias de hoje, inclusive permitindo que aquele que foi espectador passivo no passado, seja hoje um ativo editor, selecionando e editando até aquilo que lhe chega pela Internet.

Por fim, na questão sete, foram apresentadas as propostas de reorganização dos fragmentos audiovisuais da obra, ou seja, uma nova montagem. O resultado foi diferente para todos os casos propostos, dentre as 40.320 possibilidades de agrupamento. Apenas o primeiro fragmento, que possuía o nome do documentário logo no início, foi escolhido por 75% dos participantes e 25% optaram por um início diferente. O curioso é que este fragmento não é a abertura original da obra, o que demonstra uma interatividade mesmo com relação ao projeto de Kiko Goifman.

## 7. Conclusões

Pesquisar sobre cinema interativo continua sendo um desafio, ainda mais em sendo uma tese de doutorado, onde a proposta deve ter ineditismo. Porém, tais características relacionadas com o nível da pesquisa podem ser benéficas ao desenvolvimento da mesma, tendo em vista que poucas pesquisas foram feitas sobre cinema com interatividade, e todas elas chegaram a pontos pouco interessantes na prática, ou a lugar algum. Com isso, o campo pode estar repleto de caminhos a seguir, com o característico ineditismo exigido.

Por outro lado, esse campo fértil e desocupado sugere uma dificuldade em se garimpar referências sobre o tema, em especial quando o assunto é narrativa audiovisual para o cinema interativo, tema de grande importância para esta pesquisa. Por isso, foi necessário desenvolver caminhos para que ela fosse delineada. Para tanto, desenvolveu-se um experimento-piloto para que fosse realizado o pré-teste sugerido a uma pesquisa qualitativa com esta.

Concluiu-se, no desenvolvimento deste artigo, que reúne discussões metodológicas e teóricas sobre a pesquisa, que o caminho está correto e promissor. Percebeu-se, com o aprofundamento nas idéias de Manovich (2005), por exemplo, que a tese desta pesquisa é uma continuidade aos seus ensaios, que podem ser considerados a semente deste trabalho. Muitas das idéias de Manovich vão ao encontro das propostas por este trabalho. Porém, esta pesquisa propõe algo mais sólido, real, que ofereça um formato a ser seguido por produtores interessados neste nicho do mercado audiovisual, que cresce a cada dia com o advento da Internet, da telefonia móvel e agora com as promessas da TV digital.

Com este artigo desenvolvido, tornou-se mais claro o caminho a seguir pelos procedimentos metodológicos, e que cuidados tomar para que os mesmos possam ser seguidos. Também percebeu-se que os cuidados tomados atualmente estão coerentes com a proposta e com as necessidades da pesquisa, para que isso não seja surpresa num futuro, quando a pesquisa estiver em sua parte experimental, tendo em vista a realização do experimento da mesma. Agora, com o direcionamento definido e o referencial teórico desenhado, é preciso desenvolver o experimento, que seguirá dentro dos padrões da sociedade pós-moderna, onde o espaço é menos importante que o tempo (Bauman, 2001). No campo do ciberespacial, o espaço torna-se menos importante, pois ele nem existe de forma concreta.

## 8. Bibliografía

- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. Baltimore (EUA): The John Hopkins University Press.
- Aumont, Jacques (2004). *O olho interminável [cinema e pintura]*. Tradução de Eloísa Araújo Ribeiro. São Paulo: Cosac & Naif.
- Bauman, Zygmunt, (2001). *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. São Paulo: Jorge Zahar Editores.
- Bogdanovich, Peter (2000). *Afinal, quem faz os filmes?* São Paulo: Companhia das Letras.
- Colle, R. (2008). "Cómo construir hipernovelas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 1 a 14. Recuperado el día 2/01/2008, de: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200801\\_Colle.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200801_Colle.htm)
- Gosciola, Vicente (2003). *Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Leone, Eduardo (2005). *Reflexões sobre a montagem cinematográfica*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Leone, Eduardo & Mourão, Maria Dora Genis (1987). *Cinema e montagem*. São Paulo: Editora Ática.
- Lunenfeld, Peter. "Os mitos do cinema interativo", en Leão, Lúcia (org.) (2005). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: SENAC.
- Manovich, Lev (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Miles, Adrian. "Paradigmas cinematográficos para o hipertexto", en Leão, Lúcia (org.) (2005). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: SENAC.
- Picos, Ma. Tereza Villariño & González, Anxo Abuín (2006). *Teoría del hipertexto: la literatura en la era electrónica*. Madrid: Arco Libros.
- Pudovkin, V. "Métodos de tratamento do material (montagem estrutural)", en Xavier, Ismail (org.) (1983). *A experiência do cinema*. São Paulo: Graal.
- Renó, Denis, (2007). "YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, Recuperado el día 22 de octubre de 2007, de: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm)
- Renó, Denis (2006) "Ciberdocumentarismo: tópicos para uma nova produção audiovisual", en *Revista Ciências & Cognição*. Ano 03, v. 07, mar.2006. ISSN 1806-5821. Recuperado el día 29/11/2007 de: <http://www.cienciasecognicao.org/>.
- Santaella, Lúcia (2004) *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus.
- Shaw, Jeffrey. "O cinema digitalmente expandido: o cinema depois do filme", en Leão, Lúcia (org.) (2005). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: SENAC.
- Vilches, Lorenzo (2003). *A migração digital*. São Paulo: Loyola.
- Xavier, Ismail (2005). *O discurso cinematográfico*. São Paulo: Paz e Terra, 3ª ed.
- Xavier, Ismail (1983). *A experiência do cinema: antologia*. Rio de Janeiro: Graal.

## 9. Notas

[C.V.] Jornalista, mestre e doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo – Umesp, onde pesquisa sobre cinema interativo. É membro da Red INAV – Rede Ibero-Americana de Narrativas Audiovisuais. Possui em seu currículo produções de cinema documental e diversas participações em congressos e periódicos nacionais e internacionais.

[1] Tecnocêntrica deriva de tecnocentrismo, termo popularmente utilizado àquelas atitudes que valorizam demasiadamente a capacidade da tecnologia, considerando-a, em certos casos, como a capaz de saltar a humanidade, por si só, esquecendo-se do poder humano por trás destes artifícios.

[2] Disponível em <http://www.portacurtas.com.br>, o Porta Curtas foi objeto de estudo de caso da dissertação desenvolvida pelo autor deste projeto, intitulado "Características comunicacionais do documentarismo na Internet: estudo de caso site Porta Curtas".

[3] Disponível em <http://www.youtube.com>, o YouTube oferece ao usuário cadastrado a possibilidade de hospedar suas produções audiovisuais, gratuitamente, e ainda contar com ferramentas interativas, mas não possibilita uma participação na narrativa da obra audiovisual.

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Porto Renó, Denis (2008): "El montaje audiovisual como base narrativa para el cine documental interactivo: nuevos estudios", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 83 a 90, en pdf. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_ de:  
[http://www.revistalatinacs.org/\\_2008/08\\_Brasil/2008\\_Denis\\_Porto.html](http://www.revistalatinacs.org/_2008/08_Brasil/2008_Denis_Porto.html)  
DOI: 10.4185/RLCS-63-2008-755-083-090



Palabra Clave

ISSN: 0122-8285

palabra.clave@unisabana.edu.co

Universidad de La Sabana

Colombia

Mier, Catalina; Porto-Renó, Denis  
Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos  
Palabra Clave, vol. 12, núm. 2, diciembre, 2009, pp. 207-214  
Universidad de La Sabana  
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64912212003>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



## Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos

### The Blogosphere and YouTube as Spaces for the Exhibition of Interactive Audiovisual Products

Catalina Mier<sup>1</sup>  
Denis Porto-Renó<sup>2</sup>

#### Resumen

Los espacios virtuales de la blogosfera y YouTube están cada vez más presentes en la exhibición y divulgación de videos en la actualidad. A través de estos espacios, es posible democratizar las exhibiciones de contenido audiovisual, así como la condición de interactividad en la construcción de la programación personal o por los usuarios. Por supuesto, algunos formatos estéticos de producción están presentes en estos productos audiovisuales; las pantallas y las limitaciones de audio y video son fundamentales. Este artículo presenta una reflexión sobre YouTube como ambiente de difusión del contenido del programa *Miradas*, producido por el Centro de Investigación Vía Comunicaciones, y analiza las limitaciones estéticas presentes en un programa de televisión cuando es exhibido en la web, así como una propuesta de producción de cine documental interactivo para la blogosfera. En estos estudios nos apoyamos en especial en los conceptos de Vilches (2003) y Manovich (2005).

**Palabras clave:** comunicación, cine interactivo, blogosfera, narrativas audiovisuales, Internet, nuevas tecnologías digitales.

#### Abstract

Increasing use is being made of the virtual space of the blogosphere and YouTube to exhibit and circulate videos. These spaces allow for democratizing the exhibition of audiovisual content, as well as the condition of interactivity in the construction of programming at a personal level or by the users. Of course, there are certain esthetic production formats for these audiovisual products, where the screens and the audio and visual constraints are fundamental. The article reflects on YouTube as a space for circulating the contents of *Miradas*, a program produced by the Vía Comunicaciones Research Center. It analyzes the esthetic constraints found in a television program when it is shown on the Web, as well as a proposal for the production of an interactive documentary film for the blogosphere. The study is supported, in particular, by the concepts of Vilches (2003) and Manovich (2005).

**Key words:** Communication, interactive cinema, blogosphere, audiovisual narratives, Internet, new digital technologies.

---

1 Comunicadora social. Doctoranda en Comunicación. Profesora, Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador. catimier@gmail.com  
2 Periodista y documentalista. Magíster y doctorando en Comunicación Social. Investigador, Universidad Metodista de São Paulo, Brasil. denis@ojosenelmundo.com

## Introducción

Los espacios de desarrollo y exhibición de los productos comunicacionales ganan un nuevo aporte desde la *Web 2.0*, y en especial con los blogs y YouTube, gracias a la creación de canales comunicacionales particulares, pero también abiertos al público en general. Ahora es posible que una persona o grupo pueda tener su propio canal de comunicación, con *layout* personalizado, y una oferta de contenido de acuerdo con sus intereses.

Con esta nueva realidad, los conceptos de aldea global viven cambios continuos, ahora los grupos sociales tienen la oportunidad de crear sus aldeas locales, pero también tienen la posibilidad de mantener su estatus en la aldea global, lo que hace que sean componentes de la aldea "glocal", una mezcla de global y local, de acuerdo con los orígenes de los visitantes / participantes (Vilches, 2003).

Este nuevo espacio también cambió el modelo de los visitantes como usuarios o participantes, al presentar la posibilidad de intervenir en las discusiones de los contenidos, que da como resultado la interactividad. A través de éste hay una participación que involucra los intereses de los grupos involucrados, que acaban por reconducir las discusiones.

Otra posibilidad con este nuevo aporte tecnológico ha sido la exhibición o creación de canales audiovisuales personales, institucionales o por grupos en la red, que permiten crear sus espacios y exhibir sus contenidos sin costo ninguno,

**Ahora es posible que una persona o grupo pueda tener su propio canal de comunicación, con *layout* personalizado, y una oferta de contenido de acuerdo con sus intereses.**

es decir, sin tener que crear un espacio virtual con su propia tecnología. Una de estas posibilidades está en YouTube, donde es viable crear un canal de exhibición sin pagar, y enlazar los videos a los blogs, es decir, los grupos pueden crear un mensaje hipermedia, con narrativa horizontal y con la posibilidad de interactividad, así como la oferta de una construcción de programación para los usuarios, de acuerdo con las ideas de Vilches (2003) sobre la "nueva televisión" con la migración digital, donde las personas quieren crear sus propios contenidos o programaciones.

## Metodología

Este estudio presenta un análisis del canal del programa audiovisual *Miradas*, producido por el equipo del área audiovisual del Centro de Investigación, Transferencia de Tecnología, Extensión y Servicios<sup>3</sup>, Vía Comunicaciones, de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), que tiene su contenido exhibido en un canal de televisión del Ecuador, pero también se muestra en la red a través de YouTube, lo que posibilita su extensión de acceso por los caminos intertextuales de Internet. La metodología utilizada para este estudio es el caso sencillo, de formato descriptivo, que presenta al final la oportunidad de desarrollar nuevos estudios sobre el tema, así como conocer sobre el programa en su canal virtual.

## Blogosfera y *Web 2.0* como ambientes del audiovisual

La blogosfera es el reto de una nueva realidad para las producciones personales independientes. Sin embargo, los espacios virtuales abiertos por la blogosfera y la red de comunicadores ofrecen una mayor difusión de las producciones, así como de las ideas desarrolladas por ellos. De esta manera, la blogosfera es responsable de un nuevo escenario audiovisual en el

<sup>3</sup> Son unidades cuya función específica es la investigación y la extensión o servicio a la sociedad (UTPL, 2007, p. 56).

mundo, pues ahora es posible crear un espacio y difundir sus obras, y abre la posibilidad para los comentarios y las evaluaciones de los que tengan interés por ellas.

Pero esto sólo se puede llevar a cabo por la *Web 2.0*, que presentó la posibilidad de tener una mayor condición de interactividad y participación en la elaboración de contenido para *Web*. Estos contenidos son producidos por la sociedad que se organiza de acuerdo con sus intereses en común, lo que Castells define como "Sociedad en Red": "Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho)" (1999, p. 566).

Estas redes son creadas de acuerdo con las intenciones de los usuarios involucrados al desarrollar sus contenidos digitales a través de las nuevas tecnologías, haciendo posible la participación directa de los usuarios en los procesos de producción. Es una característica de la sociedad posmoderna, que ahora quiere una participación en los procesos comunicacionales. Cambra González (2007) define *Web 2.0* como: "O conceito de *Web 2.0* vai ser definido por Tim O'Reilly em 2003. Poderia entender-se como o esforço para objetivar linguisticamente uma tendência que estava começando a adquirir protagonismo na evolução da Internet: a aparição e rápida consolidação de técnicas e um novo programa de definição social".

Esta condición de producir contenido comunicacional gana fuerza cuando los productos son audiovisuales. De acuerdo con Vilches (2003), la sociedad actual tiene como característica fundamental la decisión de mirar los contenidos que desee, la construcción de su programación personal, de acuerdo con sus aspiraciones y gustos.

**Estas redes son creadas de acuerdo con las intenciones de los usuarios involucrados al desarrollar sus contenidos digitales a través de las nuevas tecnologías, haciendo posible la participación directa de los usuarios en los procesos de producción.**

Esto amplía la fuerza de sitios como YouTube, que es la preferencia de muchos jóvenes al tener que optar entre la *Web* y la televisión, de acuerdo con Renó (2007). Lo mismo es presentado por Islas (2007), al considerar a YouTube como un espacio de difusión popular.

Entre todos los lenguajes disponibles para la *Web 2.0* y por la blogosfera, el lenguaje audiovisual es el mejor, presenta mayor proximidad con la realidad por su imagen en movimiento, el sonido y los efectos presentes en las comunicaciones desde la creación del cine. El desarrollo de la *Web 2.0* permite hacer la repercusión de un acontecimiento ampliando la participación de la sociedad en este proceso, no solo de los periodistas o reporteros. Gracias a ésta ha sido posible ampliar los espacios de difusión por la red, y que la televisión no sea la única opción.

### **Programa *Miradas***

El Cites Via Comunicaciones, a través del área audiovisual, trabaja en varios productos audiovisuales en los cuales participan docentes y estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad.

Desde octubre de 2006, cada semana y por treinta minutos, la UTPL transmite por Ecuavisa Internacional (un canal ecuatoriano) el programa *Miradas*, una revista edu-socio-cultural que busca educar, entretener y, sobre todo, crear un vínculo con la sociedad y que los contenidos

informativos, turísticos, humanos y formativos lleguen al público ecuatoriano que ha migrado a Norteamérica y Europa, expresando en cada uno de los reportajes las vivencias del Ecuador y la diversidad cultural como un aporte efectivo al desarrollo humano del país.

El programa rescata el valor humano como elemento diferenciador, haciendo de cada interlocutor una experiencia y de cada experiencia una reafirmación de la identidad. Los reportajes se estructuran con los testimonios de las personas, creando memorias que son contadas por la gente nativa de cada sitio, proyectando el país no solamente desde el ámbito turístico sino humano: estilos de vida, tradiciones, costumbres, comportamiento, trabajo, alimentación, entre otras temáticas.

Otro de los elementos importantes que se trabaja en el programa es la difusión del arte, la cultura y la ciencia partiendo de los proyectos en los que la Universidad está trabajando, e incluyendo las diferentes expresiones artísticas del Ecuador.

### El canal virtual del programa

Todas estas experiencias que circundan el mundo académico nos despiertan muchas inquietudes e interrogantes sobre el potencial de este medio y su influencia en las relaciones dentro de las comunidades universitarias de Iberoamérica y en este caso de Ecuador. ¿Es pertinente su aplicación? ¿Ven como potencial las comunidades universitarias estas tecnologías y están abiertas a adoptar este medio audiovisual como un espacio de comunicación efectivo entre ellos? ¿Qué potencial tiene para la difusión de temas educativos? ¿Cuánto influye en el fortalecimiento de la comunidad, sus valores, rasgos y características particulares?

La UTPL, desde el 2006, toma formalmente como política institucional la promoción y el trabajo en

el uso de herramientas *Web 2.0* como medio de desarrollo académico y proyección institucional. Desde febrero del 2007, el área audiovisual ve en Internet un medio de comunicación e información a través del cual puede dar a conocer todos los productos audiovisuales que realiza, y comienza a liberar al mundo los contenidos educativos que produce, para lo cual abre un sitio de difusión en el canal YouTube. En una primera fase se levantan los reportajes del programa *Miradas* por el espacio limitado que tenía la cuenta, y conforme se da la necesidad de difundir todo el material audiovisual —documentales, reportajes y programas completos—, se logra gestionar la personalización del sitio y mayor capacidad para subir toda la producción que semana a semana se elabora.

Para el 2009 el canal de [youtube.com/utpl](http://youtube.com/utpl) tiene levantados 1008 vídeos, con 48.236 reproducciones del canal alrededor de 489 suscriptores.

Actualmente, la participación de los que visitan el sitio <http://www.youtube.com/utpl> se multiplica, y los comentarios que los internautas dejan en cada video han permitido mejorar la producción y recibir retroalimentación sobre lo que la gente piensa no solamente de la calidad de los reportajes, sino de la relación o el acercamiento que miles de personas encuentran en cada tema que se produce; los comentarios emitidos son positivos y negativos, abriendo una puerta al debate y la opinión tanto en YouTube como en los blogs de migrantes ecuatorianos que han vinculado el contenido audiovisual del canal de la UTPL a sus sitios.

Este fenómeno logra, por un lado, que se pierda el sentido de pertenencia de cada producto y, por otro, consigue difusión de la institución y el país en todas sus facetas.

Mediante estas herramientas tecnológicas los medios digitales, a diferencia de los tradicionales,

han logrado que exista comunicación, vinculación y que se conozcan, creen y afiancen redes y comunidades. El hecho de estar expuesto hacia el mundo e interactuar, crea inteligencia colectiva.

Actualmente poseen una licencia abierta, lo que permite compartir los contenidos respetando al autor de la obra, y no puede darse la apropiación de los mismos y menos ser usados para obtener lucro.

La llegada de la *Web 2.0*, incrementó el debate sobre el control de los derechos de autor; con las licencias *Creative Common* se plantea un espacio intermedio donde el autor puede reservarse "ciertos derechos"; en el caso de los productos audiovisuales que se generan a través del Cites Vía Comunicaciones se tiene abierta la opción que permite a otros copiar, distribuir, mostrar y ejecutar el trabajo patentado y todos los derivados del mismo, pero dando siempre testimonio de su autoría.

### **Estética del programa de televisión frente a la estética del programa en YouTube**

Existe una importante diferencia en la exhibición de un programa para televisión frente a la exhibición por YouTube, y es la condición del encuadre. En la televisión, las imágenes son abiertas, es decir, son proyectadas en una pantalla mayor, y en la *Web* son pantallas pequeñas; lo mismo sucede con la calidad de las imágenes, en la televisión son más definidas, mientras en la *Web* no tienen buena definición de audio y video.

El programa *Miradas*, realizado para la televisión, no tiene este tipo de problemas, pues su producción trabaja con imágenes cerradas, es decir, tienen un encuadre cercano al personaje, esto hace que la imagen tenga proximidad en la pantalla y permita tener una ampliación y mejor definición. Los créditos y la información en tex-

**En la televisión, las imágenes son abiertas, es decir, son proyectadas en una pantalla mayor, y en la Web son pantallas pequeñas; lo mismo sucede con la calidad de las imágenes, en la televisión son más definidas, mientras en la web no tienen buena definición de audio y video.**

to tienen la calidad requerida para la *Web*, donde es importante escribir con una grafía grande y bien definida, de acuerdo con Renó:

Sabe-se que a qualidade de definição das imagens transmitidas pela Internet a usuários da grande massa possui uma limitação de definição tanto do áudio quanto do vídeo por questões de tecnologia disponível. O vídeo, para que o arquivo possua uma extensão menor, possui uma qualidade mais baixa, o que provoca uma pigmentação ou um embaçamento da imagem. O áudio, por sua vez, sai muitas vezes com a qualidade diminuída e de certa forma com a compreensão prejudicada pelos mesmos motivos do vídeo. As pesquisas sobre transmissão de vídeos pela Internet não são recentes e acompanham o desenvolvimento e a popularização da Internet (2006, p. 68).

El programa *Miradas* puede superar los problemas y las limitaciones presentadas por la *Web*, tanto en cuestiones de estética como en audio, pues su producción está bien desarrollada en este sentido. El audio es siempre definido, con volumen de acuerdo con las necesidades de la *Web*, haciendo que el programa pueda ser visto en Internet.

Otra cualidad del programa para la *Web* es su tiempo de exhibición, no más de media hora. De acuerdo con las investigaciones de Renó (2006), el tiempo ideal de video para la *Web*, sin interac-

tividad, es de 18,35 minutos. A decir del investigador, “[...] a exibição de obras no monitor de computador pode não ser desgastante quando se trata de curtas. Nestes casos, o tempo de permanência em frente ao monitor passa a se dividir em curtos espaços de tempo (p. 77).

La estética del programa sigue las determinaciones de la televisión y el reto que le presenta la *Web*. Existen limitaciones tecnológicas, pero hay un segmento de usuarios que tienen gusto por los videos en la *Web*, un grupo que va en crecimiento y que tiene en Internet un espacio para sustituir a la televisión, como dice Vilches (2003), para quien la Internet posibilita la definición de una programación individual, como quieren los usuarios de la actualidad.

### Conclusiones

Investigar sobre lenguaje en la *Web* es muy peligroso, pues es un campo que tiene lenguajes y narrativas en desarrollo, con programas realizados por personas y para personas que presentan un cambio de actitud. El ratón es una herramienta que direcciona al usuario / espectador hacia actitudes que pueden ir desde la definición de su contenido y programación hasta el deseo por la interactividad. Es importante desarrollar estas investigaciones con estudios de caso.

La *Web* es, sin duda, un espacio muy importante para la supervivencia de la narrativa audiovisual, por esta razón son necesarios los estudios al respecto, a fin de desarrollar nuevos medios narrativos que tengan como propuesta mayor las estructuras hipertextuales y hipermedias de Internet, con sus contenidos digitalmente expandidos y sus herramientas de interactividad como presupuesto de una comunicación real.

Con esta investigación llegamos a la conclusión de que el canal <http://www.youtube.com/utpl> se convierte en un espacio para la opinión abier-

ta sobre temas que habitualmente no se abordan en la relación no mediada por Internet. Es posible conocer los contenidos del programa y también compartir sus producciones con otras personas, a través de links posteados en la blogosfera, en canales *específicos y particulares*. También es importante apuntar que este espacio es libre de programación previamente definida, es decir, todos pueden mirar los programas por un sistema *on demand*, de acuerdo con el deseo y el tiempo del usuario.

También está claro que el uso de este medio está generando nuevas formas de comunicación en la gestión de información, conocimientos y criterios por compartir; va más allá del simple hecho de que la participación es la libre expresión de las personas de una comunidad, su uso se ve incrementado por el interés de cada administrador de ser conocido, comentado y refutado por sus pares u otros públicos que puedan compartir sus intereses desde cualquier latitud.

A través de YouTube, el grupo Vía Comunicaciones tiene la garantía y la libertad de producción y exhibición, y no tiene que esperar la televisión para proyectar sus programas, en especial *Miradas*, producido por alumnos y profesores de la Universidad Técnica Particular de Loja. La influencia que tiene YouTube en la adopción y vivencia de prácticas como la libertad de expresión, la interacción directa, el uso regular de las nuevas tecnologías, la apertura del conocimiento y la formulación de propuestas diversas respecto de temas comunes, sin duda fortalece

**Investigar sobre lenguaje en la *Web* es muy peligroso, pues es un campo que tiene lenguajes y narrativas en desarrollo, con programas realizados por personas y para personas que presentan un cambio de actitud.**

el sentido de comunidad y pertenencia entre las personas que la conforman y se sienten identificadas o ligadas a ciertos contenidos.

El programa presentado por un canal en YouTube tiene una interfaz previamente definida por el sitio. En este sentido, no sigue los conceptos de Manovich (2005) sobre las disposiciones de los mismos. Pero al mismo tiempo, el canal presenta una oferta de contenido que sigue los conceptos de navegabilidad presentados por este investigador sobre video en Internet.

Lo más importante de este estudio es reafirmar la importancia de desarrollar investigaciones sobre estética, lenguaje y formatos narrativos en productos audiovisuales para la Web. Los usuarios ahora quieren una programación que ofrezca interactividad, participación y posibilidad de definición o personalización de sus contenidos, o de las direcciones narrativas presentadas en las obras donde la imagen es importante, pero el discurso lo es más.

### Referencias

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Traducción de Plínio Dentzien. São Paulo: Jorge Zahar Editores.

Cambra González, T. (2007). La Web 2.0 com a distopia en la recent Internet, *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 11. Temática Variada. Disponible en [http://www.google.com.br/search?q=%22anomenat%22+significado+em+portugu%C3%AAs&hl=pt-BR&rlz=1T4SKPB\\_pt-BRBR239BR239&sa=2](http://www.google.com.br/search?q=%22anomenat%22+significado+em+portugu%C3%AAs&hl=pt-BR&rlz=1T4SKPB_pt-BRBR239BR239&sa=2) [Fecha de consulta: agosto 28 de 2009].

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Deusdado, S. (2005). Um modelo para streaming de vídeo escalável usando multicast IP SSM com QoS adaptativa. Disponible en <http://>

**Los usuarios ahora quieren una programación que ofrezca interactividad, participación y posibilidad de definición o personalización de sus contenidos, o de las direcciones narrativas presentadas en las obras donde la imagen es importante, pero el discurso lo es más.**

[wiki.di.uminho.pt/wiki/pub/Doutoramentos/SDDI2004/SergioDeusdado-Simposio-DoutoraldoDIJan2005.pdf](http://wiki.di.uminho.pt/wiki/pub/Doutoramentos/SDDI2004/SergioDeusdado-Simposio-DoutoraldoDIJan2005.pdf) [Fecha de consulta: agosto 28 de 2009].

Fumero, A. M. (2007). Contexto sociotécnico. En A. Miguel Fumero y R. Genís. *Web 2.0*. Madrid: Fundación Orange.

Gonzaga Assis de Luca, L. (2004). *Cinema digital: um novo cinema?* São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo / Fundação Padre Anchieta.

Islas, O. (2007). Internet y la obligada remediación de la televisión. *Materia Primaria*, 1 (1): 11-22. Revista de pesquisa dos cursos de Comunicação Social, Jornalismo e Publicidade das Faculdades COC. Ribeirão Preto: Faculdades COC.

Jones, K. (2005). *Our Digital Journey*. En V Bieñal Iberoamericana de Comunicação, Estado de México. Anais eletrônicos.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós comunicación.

McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*. 18 ed. São Paulo: Cultrix.

Renó, D. (2006). Características comunicacionais do documentarismo na Internet: estudo de caso site Porta Curtas. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Facom, Umesp.

Renó, D. (2007). YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, 434-443. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Disponible en [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm) [Fecha de consulta: agosto 28 de 2009].

Tricas, F.; Merelo-Guervós, J. J.; Ruiz, V. (2006). El

tamaño de la blogosfera: medidas y herramientas. En J. M. Cerezo, *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid: Fundación France Telecom.

UTPL (2007). *Revista Institucional. Loja*. Editorial UTPL.

Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo: Loyola.



## Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional

Denis Porto-Renó<sup>1</sup>  
Andréa Cristina Versuti<sup>2</sup>  
Elizabeth Moraes-Gonçalves<sup>3</sup>  
Vicente Gosciola<sup>4</sup>

### Resumo

Os processos comunicacionais vivenciam hoje uma revolução no campo estrutural e no campo das linguagens. Tais mudanças são resultantes de comportamentos e subsídios comunicacionais ofertados para a sociedade contemporânea, como as redes sociais e a mobilidade. Porém, a comunicação ainda não abarcou tais mudanças por completo, apesar dos estudos que contemplam a narrativa transmídia. Este artigo oferece, a partir de um estudo de caráter reflexivo e investigativo, discussões sobre a narrativa transmídia como linguagem social na ficção e no jornalismo. Esperamos, a partir deste estudo, oferecer subsídios sobre novas pesquisas acerca do tema.

**Palavras-chave:** comunicação, narrativa transmídia, novas tecnologias digitais, linguagem.

## Transmedia narratives: Social Diversity, Discourse and Communication

### Abstract

The current communicational process experiences a revolution in both the structural fields and those of the languages. Such changes are the result of communication behaviors and contributions offered to contemporary society, such as social networking and mobility. However, communication has not fully embraced these changes, despite of studies related to the transmedia storytelling. This paper is a reflective and investigative discussion about transmedia storytelling as social language either in fiction and journalism. Hopefully, this study may also provide insights to new researches regarding this subject.

**Key words:** Communication, transmedia storytelling, language, new digital technologies.

Para citar este artículo  
To reference this article  
Para citar este artigo

Porto-Renó D., Versuti, A. C., Moraes-Gonçalves, E., Gosciola, V. Diciembre de 2011. Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. 14 (2), 201-215.

- 1 Doctor en Comunicación Social. Profesor asociado, Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia. denis.porto@urosario.edu.co
- 2 Doctora en Educación y Tecnología. Docente, Universidad Tiradentes, Brasil. andrea.versuti@gmail.com
- 3 Doctora en Comunicación Social. Docente, Universidad Metodista de São Paulo, Brasil. bethmgoncalves@terra.com.br
- 4 Doctor en Comunicación Social. Profesor, Universidad Anhembi Morumbi, Brasil. vgosciol@uol.com.br

Recibido: 12/08/11  
Aceptado: 26/08/11

## **Narrativas transmedia: diversidad social, discursiva y comunicacional**

### **Resumen**

En la actualidad, los procesos de comunicación experimentan una revolución en el campo estructural y en el de las lenguas. Estos cambios son el producto de comportamientos y contribuciones comunicacionales ofrecidos a la sociedad contemporánea; por ejemplo, redes sociales y movilidad. Sin embargo, la comunicación no asimiló tales cambios por completo, a pesar de los estudios que tienen en cuenta la narrativa transmedia. Basado en un estudio reflexivo e investigativo, este artículo ofrece análisis acerca de la narrativa transmedia como lenguaje social en la ficción y el periodismo. Esperamos contribuir con nuevas investigaciones sobre el tema.

**Palabras clave:** comunicación, narrativa transmedia, nuevas tecnologías digitales, lenguaje.

## Introdução

O cenário da comunicação vivencia hoje uma mudança diferente das experienciadas pela sociedade. Trata-se de uma convergência de linguagens para a construção de discursos compostos, enriquecidos pela diversidade de linguagens oferecidas. Num único “pacote” comunicacional, podemos encontrar texto, vídeo, áudio, foto e grafismo para a veiculação de narrativas ficcionais, narrativas documentais. Também podemos encontrar estes produtos em diversas plataformas, como site, blog, televisão, cinema, impresso, rádio ou mesmo em redes sociais, dispositivos móveis, preferencialmente aparelhos de telefonia celular, o que promove a mobilidade. Por fim, podemos apreciar esse conjunto de recursos e processos comunicacionais distribuindo diversas narrativas complementares entre si, como é detalhado por Henry Jenkins (2009) ao elucidar o que é narrativa transmídia.

A linguagem audiovisual é, dentre todas as linguagens disponíveis para a web 2.0 e pela blogosfera, a de maior eficácia, pois apresenta uma maior proximidade com a realidade. Com o desenvolvimento da web 2.0, agora é possível fazer uma repercussão de um acontecimento por si mesmo, o que amplia a participação da sociedade neste processo, e não somente dos jornalistas ou repórteres. Também tornou-se possível ampliar os espaços de difusão pela rede.

Um importante espaço de encontro entre usuários está localizado nas diversas redes sociais desenvolvidas, especialmente o Facebook e a blogosfera, inclusive o microblog Twitter, que possuem pertinente difusão e oferecem recursos diversos para sua utilização. Estes espaços, denominados não-lugares por Augé (2007), utilizam a narrativa transmídia, que para Jenkins se explica como:

Histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo

de forma distinta para nossa compreensão do universo: uma abordagem mais integrada do desenvolvimento de uma franquia do que os modelos baseados em textos originais e produtos acessórios. (Jenkins, 2009, p. 384).

As redes sociais possuem como características a customização do ambiente, seja no visual ou na informação. A utilização de espaços para postar fotografias também é frequente, pois desta forma o ambiente fica com o aconchego da sala de visitas de uma casa, ou seja, com os principais registros fotográficos em exposição. Porém, os recursos seguem adiante, como a publicação de vídeos e o desenvolvimento de diálogos entre os amigos virtuais, ampliando ainda mais a sensação de um lugar real virtual (Augé, 2007).

Dan Gillmor (2005) define a sociedade contemporânea, quando possui endereço na blogosfera, como os detentores da mídia. A partir da possibilidade de construir um endereço virtual na blogosfera, o usuário deixa de ser receptor e passa a ser emissor. O leitor, por sua vez, assume o papel de colaborador, ou de co-autor. Dessa forma, o leitor também é detentor da mídia. Diversos pesquisadores utilizam o termo co-autoria para designar ambientes atuais de comunicação, especialmente a partir da web 2.0, quando surge a capacidade tecnológica e usual de produzir espaços na blogosfera.

Para Li, Bernoff e Holler (2009, p. 10), esse fenômeno em que a sociedade utiliza meios alternativos, ou não-convencionais, para obter informação é denominado *groundswell*. Segundo a autora, *groundswell* é “uma tendência social na qual as pessoas usam a tecnologia para obter o que desejam umas das outras, e não com instituições tradicionais como as corporações”.

Este artigo apresenta discussões teóricas, conceituais, reflexivas e resultados de investigação experimental para discutir as narrativas trans-

mídia como característica fundamental para a difusão da informação contemporânea. Para tanto, são abordados tanto a narrativa transmídia com um olhar sociológico e de linguagem como também a observação da mesma tanto na ficção como na informação.

### **Cultura da convergência e a sociedade**

O contexto atual revela profundas alterações nos sistemas de comunicação e informação, resultado principalmente de uma mudança significativa no papel desempenhado pela audiência que não se contenta em ser apenas “espectadora”, mas que busca cada vez mais interagir e participar, construir e resignificar suas experiências e sua relação com os meios de comunicação e com os produtos culturais por estes oferecidos: histórias, filmes, programas de TV, seriados.

Podemos dizer que um novo conjunto de valores está surgindo no bojo destas transformações no processo de comunicação. Apesar das diferentes classes sociais, religiões e perspectivas, alguns padrões de pensamento e ação emergentes ultrapassam as fronteiras nacionais, econômicas e sociais.

O processo de comunicação, assim como a transmissão de qualquer tipo de conteúdo, deve ser concebido como uma articulação de práticas de significação num campo de forças sociais pertencentes a certo conjunto de sentidos disponíveis na sociedade.

A Internet, além de apresentar um maior e mais efetivo acesso à informação, pode interferir na forma de utilizá-las na aprendizagem de conteúdos significativos. Nestes novos meios, as mensagens veiculadas devido às suas características de fluidez, numeralização, plasticidade e instantaneidade são mais facilmente suscetíveis às interferências dos receptores que po-

dem contribuir diretamente na sua construção e tornarem-se também autores-produtores do conhecimento ou, dito de outra forma, sujeitos da comunicação e do processo cognitivo.

As possibilidades trazidas pelos novos meios instauram uma nova maneira de apreender a realidade que nos cerca, bem como criam novos anseios e expectativas. A interatividade, elemento que caracteriza a relação com a Internet, por exemplo, traz uma mudança fundamental em muitos aspectos da nossa vida e condição humana, bem como nos processos de aquisição qualitativa – e não somente quantitativa – do conhecimento.

Nesse sentido, a instauração coletiva do sentido se realiza cada vez mais em ambientes e domínios inteligentes que se reconstróem rapidamente, onde todas as fronteiras são colocadas em questão.

Para compreender as complexidades deste novo processo de aquisição do conhecimento é preciso reiterar que uma de suas características é a possibilidade de diminuir as diferenças historicamente estabelecidas entre diversão e educação formal.

Justamente diante deste cenário, os indivíduos e as organizações encontram-se cotidianamente expostos às mais diferentes interfaces: livros, computador, celular, revistas, etc. Utilizando-as para os mais diferentes fins: divertir, educar, vender, de produtos a idéias e também para contar histórias.

Dentre os estudos, em seu livro *Cultura da convergência* (2009), Jenkins também destaca a multiplicidade destas mudanças no âmbito da comunicação. Segundo o autor, a convergência não é apenas um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos, mas também um processo de transformação

cultural no qual é possível identificar novos níveis de participação dos fãs, novos laços com os conteúdos, novas orientações para o marketing contemporâneo, novas leis de direitos autorais, novos meios de aferir audiência. Ou seja, dada a multiplicidade de plataformas, os consumidores são estimulados a procurar informação, a fazer conexões a conteúdos de mídia dispersos. Em suma, a plataforma não converge, mas o usuário.

Essa migração entre mídias em apenas um aparelho é possível graças às conexões de rede existentes na sociedade moderna. Além disso, o conteúdo do mundo digital pode ser armazenado de várias formas possíveis desde CD-ROMs, DVD-ROMs, *pendrives*, discos rígidos de computadores. Esses dados estão salvos em servidores que transmitem essa informação através de linha telefônica, via rádio, satélite ou cabos de fibra óptica.

Este contexto conduz ao surgimento de novas práticas narrativas que visam entreter a audiência e que migram para os diferentes meios (TV, cinema, internet, celulares) visando assim ampliar a experiência e enriquecer a arte de contar uma história. Uma boa história pode ser retransmitida milhares de vezes, desde que se mantenha fiel à mitologia dos personagens (Martins, 2009). Em outras palavras, “qualquer conteúdo criado precisa buscar relacionamentos interpessoais genuínos para serem consumidos pela sua expressão emocional”.

A cultura da convergência propõe ao marketing contemporâneo o desafio constante de um planejamento transmídia<sup>5</sup>. Ou seja, é preciso consolidar a idéia de como as marcas podem contar histórias em diferentes plataformas, criando assim novos produtos de entretenimento. Estes, por sua vez, sofrem alterações resultantes de

uma participação do receptor que lhes permite criar uma nova realidade na medida em que atua diretamente nela. Tais mídias, tais produtos e elementos implicam em novas maneiras de contar histórias, e alteram assim nossa maneira de divertir, trabalhar e educar.

Como é possível caracterizar o mundo da convergência? Segundo Jenkins (2009), na cultura da convergência, as velhas e novas mídias colidem, a mídia corporativa e a mídia alternativa cruzam-se e interagem os poderes do produtor e do consumidor. A convergência se dá primeiramente pela convergência dos meios de comunicação, pelo fluxo de conteúdos através de diferentes plataformas de mídia e pela migração do público para as diferentes opções disponíveis dependendo da sua necessidade, do seu interesse e da sua disponibilidade e tempo para acesso.

Além disso, há na convergência um acirramento do conceito de inteligência coletiva (Levy, 2004), no qual o conhecimento de determinado assunto é construído a partir do envolvimento das muitas partes presentes no processo de comunicação. Esta interação garante a compreensão ampliada de determinado produto cultural oferecido.

Ou, ainda segundo Santaella (2001, p. 38), um só receptor vai adquirindo várias facetas da informação na medida em que passa de uma mídia para a outra: de ouvinte a espectador, de espectador a leitor, enquanto vai gradualmente formando sua opinião acerca da realidade a partir da multiplicidade de fontes.

Um terceiro conceito define também a convergência: a cultura participativa. O fluxo crescente de informação exige cada vez mais que os consumidores discutam sobre as mídias que consomem. O consumo se tornou um processo coletivo, uma vez que a convergência das mídias permite mo-

5 Ver The Alchemists, Warshaw. M. blog: [www.oalquimista.com](http://www.oalquimista.com) Diretor pioneiro na produção de conteúdo interativo transmídia.

dos de audiência comunitários, em vez de individualistas.

Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que estão falando. (...) A convergência não ocorre por meio de aparelhos, mas dentro do cérebro de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. (Jenkins, 2009, pp. 29-30).

Em suma, a convergência ajuda a contar melhores histórias, a vender marcas e a seduzir o consumidor utilizando as múltiplas plataformas de mídia. Para lograr isso, não há como copiar modelos anteriores; por conseqüência, é preciso criar e adaptar novas possibilidades a partir dos caminhos já traçados.

No bojo deste planejamento, surge um novo conceito: narrativa transmídia (*transmedia storytelling*) como a arte de criação de um universo que visa ampliar e enriquecer a experiência de entretenimento para todos os consumidores, possibilitando-lhes experimentar de forma plena o universo ficcional, repensando os limites da participação dos consumidores nas relações com os produtos.

Neste processo, cada mídia faz de maneira própria e específica sua contribuição para o desfecho, construindo uma experiência coordenada e unificada de entretenimento. (Martins, 2009).

Trata-se de uma estória com múltiplas "timelines", que considera que a singularidade de cada mídia permite o desenvolvimento de certas dimensões de uma mesma estória ou experiência. Segundo Lance Weiler<sup>6</sup> (2009), a narrativa transmídia refere-se a "uma abordagem ao desenvolvimento de histórias que agrega audiências fragmentadas

adaptando a produção a novas formas de apresentação e integração social."

A narrativa transmídia atravessa diferentes mídias e com ela é possível criar um universo ficcional ao redor da obra. Esta migração não é apenas de conteúdo, mas também algo que requer um planejamento transmidiático atento a cinco elementos fundamentais (história, audiência, plataformas, modelo de negócio, execução), que também prima por utilizar-se das potencialidades e recursos específicos de cada meio para ampliar a experiência do usuário com o conteúdo ficcional exposto.

Assim surgem as franquias<sup>7</sup>, conceito que remete a uma extensão e sinergia do conteúdo ficcional associado a determinada marca que passa a estar exposto para além do seu meio original, influenciando assim muitos outros terrenos da produção cultural. Juntamente com as franquias, a economia "afetiva" ganha contornos diferenciados. Os conteúdos de entretenimento e as mensagens publicitárias pretendem cativar o consumidor, convidando-o a entrar na comunidade da marca (Lovemarks) para que, como parte de uma comunidade social, encontre-se cada vez mais comprometido emocionalmente. Assim se ressalta a natureza social do consumo contemporâneo.

Outra questão importante parece suscitar diante deste cenário. É interessante refletir sobre como esta cultura participativa está revitalizando o processo tradicional de construção do conhecimento, como os educadores estão reavaliando o valor da educação informal e como os consumidores estão aplicando as suas habilidades como fãs e gamers em diferentes instâncias sociais: trabalho, família, escola e política. Como fica a

6 Roteirista, diretor de cinema e fundador da Seize the Media, uma produtora especializada em narrativa transmídia. O autor refere-se a si mesmo como um "designer de experiências". (Revista Isto é, junho de 2009).

7 Jenkins (2009) destaca a franquia *The Matrix* como exemplo de narrativa transmídia, como exemplo de uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias e as novas exigências dos consumidores, integrados a comunidades de conhecimento (p. 49).

questão da exclusão digital e qual é a posição da realidade brasileira diante deste cenário convergente já que as atividades dependem do maior acesso às tecnologias, da familiaridade com os novos tipos de interação social que eles permitem e de um domínio pleno das habilidades conceituais que os consumidores desenvolveram em resposta às convergências das mídias?

O pensamento convergente está remodelando a cultura popular, impactando a relação entre públicos, produtores e conteúdos de mídia. A transformação dos meios de comunicação não pode ser reduzida a uma transformação tecnológica em que substituem-se algumas tecnologias de distribuição, mas sim deve ser pensada em sua complexidade, contanto que se trata de uma transformação dos níveis culturais/protocolos (práticas sociais e culturais).

### **Narrativa transmídia: linguagem contemporânea**

A interatividade tem sido conceito chave para caracterizar as mídias atuais em oposição às tradicionais, que tinham o público como mero receptor de conteúdos. Essa busca de diferentes formas de interação, de participação, é cada vez mais facilitada pelas tecnologias de comunicação. Porém, algo que parece tão moderno no cenário comunicacional pode estar em outra dimensão, por exemplo, quando se toma a noção bakhtiniana de linguagem, quando se tem o dialogismo como seu princípio constitutivo, ou seja, só a interação entre os sujeitos e o texto em um processo enunciativo estabelece as condições de sentido da mensagem em um ambiente único e irreproduzível:

Assim, por trás de todo texto, encontra-se o sistema da língua; no texto, corresponde-lhe tudo quanto é repetitivo e reproduzível, tudo quanto pode existir fora do texto. Porém, ao mesmo tempo, cada texto (em sua qualidade de enunciado) é individual, único e irreproduzível, sen-

do nisso que reside seu sentido (seu desígnio, aquele para o qual foi criado). É com isso que ele remete à verdade, ao verídico, ao bem, à beleza, à história. Em relação a esta função, tudo o que é repetitivo e reproduzível é da ordem do meio, do material. (Bakhtin, 1997, p. 331).

Portanto, para Bakhtin, o autor nunca está sozinho, o texto nunca é o primeiro, original, pois traz consigo referências a textos anteriores ou servirá de referência a textos posteriores, ou ainda, o simples fato de enunciar alguma coisa pressupõe a existência do outro: “O fato de ser ouvido, por si só, estabelece uma relação dialógica. A palavra quer ser ouvida, compreendida, respondida e quer, por sua vez, responder à resposta, e assim *ad infinitum*” (Bakhtin, 1997, p. 357).

Abordar a linguagem nessa perspectiva pressupõe que não limitemos a noção de texto à escritura, diferenciando-o das manifestações orais, pois, esta oposição está focada no suporte ou no meio de veiculação e não na complexidade e unidade que caracteriza o texto como produção multissemiótica. Dessa forma, “uma receita de cozinha, um outdoor ou um artigo de jornal, um discurso político, um curso universitário ou uma conversa não comporta apenas signos verbais, eles são igualmente feitos de gestos, de entonações e de imagens” (Charaudeau & Maingueneau, 2004, p. 466).

Assim entendido, o texto no processo comunicacional pode ter sua veiculação atrelada a várias mídias de diferentes formas, interferindo umas nas outras, completando, alterando, passando de uma a outra, impregnando a mensagem com suas peculiaridades. A esse trânsito de uma mídia a outra é que se costuma dar o nome de *transmídia*.

A evolução dos meios de comunicação há muito introduziu em nosso vocabulário o termo “multimídia”, entendido como a somatória de muitos meios, não representando, necessariamente, a

intersecção de diferentes linguagens na construção de uma narrativa complexa. Os processos comunicacionais multimidiáticos têm resultado em redundância de informação; a mensagem passa pelos diferentes meios, porém não se explora o que há de melhor em cada um deles, para que a mensagem se torne mais apurada ou mais complexa. Da mesma forma, os processos hipermidiáticos, nos quais os links inseridos nos textos remetem a outra informação, por outros meios, levam à soma de informação, mas não a uma contaminação ou alteração da informação primeira. Esse conceito de “multi” vem sendo substituído pelo conceito “trans”, que implica na contaminação, na transferência, na influência e na participação direta no conteúdo. Jenkins (2009, p. 138), ao apresentar *Matrix* como uma narrativa transmídia, explica que “uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo”.

Tentativas rudimentares de experiências transmídiaicas têm sido praticadas pela televisão, remetendo o telespectador à Internet, com conversas com especialistas, convidados, dando continuidade à programação. As revistas impressas e jornais remetem aos portais, sites e blogs especializados para complemento da informação. Porém, tais experiências não resultam em narrativas transmídiaicas, pois, a informação apenas se soma, mas não atravessa seus conteúdos, como se espera nesse tipo de narrativa complexa.

Na indústria do entretenimento e na publicidade, as experiências transmídiaicas têm sido planejadas, e exercidas com eficiência, como estratégia de conquistar o público e garantir o retorno esperado. A experimentação e a interação têm sido os desafios comunicacionais propostos pela convergência midiática. O público, que nunca foi passivo, hoje vivencia a possibilidade de participar da produção dos conteúdos.

As possibilidades digitais têm sido exploradas comercialmente de muitas maneiras. Os sites de busca e as redes sociais têm facilitado o conhecimento do produto antes da sua aquisição; a compra virtual cada dia ganha maior credibilidade do consumidor. O paciente conhece detalhes de sua doença antes mesmo de ouvir o especialista. O turista visita os roteiros de sua viagem antes de embarcar. A divulgação científica não é mais assunto restrito para impressos especializados, está em sites na web, nos programas de rádio e televisão, em vídeos educativos, em museus de ciências – são experiências que se somam aos conteúdos tradicionais.

A busca pela inovação no processo comunicacional caracteriza-se como um desafio. Talvez a prática transmídiaica seja essa inovação, capaz de horizontalizar a comunicação, com a participação efetiva dos atores envolvidos nesse processo, substituindo, assim, a verticalidade da informação noticiosa, factual, que temos hoje na grande imprensa brasileira.

### **A ficção transmídia**

Na cultura contemporânea, mediada e midiaticizada pelas novas mídias, as possibilidades de comunicação surgem e se disseminam continuamente, independentemente do seu propósito quando lançado e até possibilitando que seus usuários se transformem em produtores e distribuidores de conteúdos (Castells, 2007, p. 13). Essa nova categoria do que foi chamado de espectador, na sua concepção mais simplista, agrega o status de produtor ao de consumidor e vem recebendo diversos nomes com praticamente o mesmo significado, desde 1969 com o “produsumidor” de Décio Pignatari (2004, pp. 31-32) até 2008 com o “produser” de Bruns Axel (2008, pp. 2-5) passando obviamente por 1980 com o “prosumer” de Alvin Toffler (1980, pp. 11).

Acompanhando tal evolução de seu interlocutor, as empresas de entretenimento ficcional es-



tão se desenvolvendo continuamente buscando novos modos de contar histórias que utilizem as novidades comunicacionais. Além disso, sempre correu em paralelo uma produção independente de conteúdo ficcional que igualmente busca desenvolver ficção contando com a participação de sua audiência. Tudo isso está envolvido em um jogo de forças aparentemente equilibrado: sempre que há uma obsolescência em termos de tecnologia de meio de comunicação as narrativas começam a apresentar novidades, e vice-versa. Bem ao gosto de Pignatari, vivemos um encontro de grandes fontes criativas: por um lado são viabilizadas as expressões mais individuais e inéditas e por outro lado são intercomunicadas todas essas expressões que resultam em questionamentos sobre o nosso papel e sentido em relação aos outros como, respectivamente, os hackers e os bardos na imaginação de Janet Murray (2003, pp. 23-24).

As experiências ficcionais em narrativas transmídias, desde as imaginadas pela literatura, sempre buscaram novas formas de contar histórias mediadas por tecnologias. Em seu livro *Admirável mundo novo*, de 1930, Aldous Huxley já imaginava uma sala de cinema com estímulos táteis. Ray Bradbury concebeu no livro *Fahrenheit 451*, de 1953, a *TV Mural* ou *a peça do circuito parede-a-parede* (Bradbury, 1988, pp. 18-29) como uma TV interativa que misturava os dados do cotidiano de seus espectadores a um jogo de desafios global. Em 1991, Wim Wenders lançou o longa-metragem *Até o fim do mundo*, sobre um dispositivo gravador de sonhos que passa a tomar todo o tempo das pessoas por não conseguirem deixar de ver suas próprias gravações. Lançada em 1966, a série de TV *Star Trek*, uma nave de exploração de galáxias da década de 2360 que, para aliviar o estresse e o isolamento ou para simulação científica, tática e treinamento, oferece à tripulação o *holodeck*. Seria um sistema de integração entre o mundo real e o virtual composto de um salão com projeções holográficas

e sonoras de alta definição e um complexo sistema de estímulo olfativo, tátil e vestibular capaz de gerar objetos, personagens, paisagens e cenários em qualquer que seja o parâmetro, real ou fictício.

A narrativa transmídia é considerada o resultado da articulação das distintas partes de uma grande narrativa, todas elas complementares e ligadas a esta. Cada uma está veiculada pela plataforma que melhor potencialize suas características expressivas. Por fazer parte da contemporaneidade na era das redes colaborativas, as comunicações entre os meios, entre os meios e os espectadores e entre os espectadores fortalecem as articulações da narrativa transmídia, como um movimento intensamente criativo e socializador. Nessa convergência de conteúdos em múltiplas plataformas, ou mídias, a cooperação entre as diversas indústrias de mídias se orienta, de certa maneira, pelo comportamento migratório do seu público que decide qual será a sua sequência narrativa. Sendo assim, a ficção na narrativa transmídia é um dos setores mais beneficiados na atualidade, porque os altos investimentos em comunicação recaem sobre a ficção, o que trás grandes chances para o aprimoramento da narrativa transmídia. Dos grandes movimentos artísticos de vanguarda do início do século XX – que reuniam para os seus projetos as mais diversas formas expressivas sem ainda serem chamados de transmídias –, passando pelos compositores da década de 1950, como John Cage, que produziam peças musicais *trans-medias* que lançavam mão de “instrumentos” (máquina de escrever, gravador de fita magnética, latas, etc.) que não eram exclusivas da sonoridade tradicional das orquestras, até chegarmos à análise dos super-sistemas de comunicação batizados em 1991 por Marsha Kinder (1991, pp. 1-38) de “intertextualidade transmídia”, muito se fez para e pelo cinema e a TV e suas relações implícitas com outros meios quando se lançaram a projetos transmídia. Tal investimento nasceu da motivação de

acompanhar o público espectador que migrava destes meios para a web. As séries de TV como *Heroes* e *Lost*, assim como as cine-séries *The Matrix* e *Batman*, souberam aplicar o sistema transmídia, levando partes diferentes de sua história para mídias diferente, ampliando seus públicos a números até então inimagináveis. Fica aqui uma visão não tão apologética, expressando que estas experiências não souberam fazer o melhor uso da narrativa transmídia, mesmo que tenham catapultado as bilheterias e números recordes de público, mas tinham grandes e excelentes histórias para contar.

Onde a narrativa transmídia se realiza plenamente como ficção é no alternate reality game (ARG) ou jogos de realidades alternadas. As novas propostas narrativas encontradas nos ARGs alternam histórias ficcionais e reais vivenciadas entre o mundo concreto e o virtual. Tais narrativas possuem características específicas evidenciadas pela permeabilidade entre elas. De acordo com Henry Jenkins (2009, p. 170), ARG é um exemplo concreto (e simultaneamente virtual) de uma conjunção espacial mediada por dispositivos móveis, que dotam a internet da portabilidade e ubiquidade, permitem com que as pessoas estejam no mundo real e no virtual e que ambos estejam no mundo das pessoas, onde elas queiram. Os jogadores ou “atores-redes” – em conformidade com a citação de Castells acima e dentro do conceito *actor-network* estudado por Bruno Latour (2005, p. 133) – participam de um longo e seriado drama interativo na web e em espaços físicos.

O ARG envolve as novas mídias em narrativa *cross-media* ou transmídia. Em *cross-media*, a estrutura midiática leva as mesmas histórias a diversas mídias. Já na narrativa transmídia histórias diversas são veiculadas por diversas mídias. Um *alternate reality game* é um jogo transmídia que deliberadamente dilui a linha entre as experiên-

cias de dentro do e de fora do game, define John W. Gosney (2005, pp. 2-3). A mobilização social é tão intensa que o ARG aplicado a campanhas publicitárias é chamado de “marketing viral”, tamanho é o seu efeito devastador em arrebanhar centenas de jogadores de um dia para o outro e de mantê-los atentos e participantes por meses a fio. O ARG, alternate reality game ou jogo de realidades alternadas é basicamente um jogo, mas é o resultado de uma série de evoluções tecnológicas e narrativas que configuram as novas mídias em sua convergência de conteúdos (Jenkins, 2009, p. 27) e os novos movimentos sociais em sua cultura colaborativa popular (Jenkins, 2009, pp. 27-28). E o ARG se faz com a participação popular.

Quem marcou o início do formato ARG foi *The Beast*, em 2001, produzido pela Microsoft para divulgar e criar uma forte expectativa ao filme *A.I. – Artificial Intelligence* de Steven Spielberg. Outro ARG importante é o *I love bees*, de 2004; para divulgação do game *Hale 2*, fez uso intenso de telefone com 1700 números de telefonemas com horários marcados, tudo em um único puzzle. Outro ARG marcante foi *The art of the heist*, ou *Stolen A3*, ou *Art of the H3ist*, de 2005, que para o lançamento do carro Audi A3, fez uso de chamada na TV do diretor em rede nacional. E, de modo bem intenso, foi lançado o *Lost Experience* em 2006, entre a segunda e a terceira temporada da série de TV *Lost*. Houve também um trabalho para a série de TV *Heroes*, apresentada mais como uma transmídia que, segundo Jenkins, distribui a história por mais de uma plataforma de mídia (Jenkins, 2009, p. 47). Como em todo bom filme, em ARG é fundamental uma boa história e uma sólida rede de pessoas. A história criada já deve ser pensada no grupo que irá vivenciar o ARG.

Um dos ARGs mais populares foi *Perplex City*, um ARG auto-sustentável que durou 2 anos, desenvolvido por Adrian Hon, Michael Smith,

Eric Harshbarger e Jey Biddulph, na Mind Candy, a primeira produtora de ARG da Europa. Por um período tão longo, seus realizadores enfrentaram grandes dilemas; por exemplo como manter o Perplex sem abrir seus espaços para anunciantes? Sua roteirização desenvolveu um total de 13 arcos narrativos subseqüentes, de 1 a 4 meses cada, demarcados por personagens diferentes ou por novos desafios, ou por desafios ao vivo que aumentavam os custos. Na internet os custos eram menores, mesmo para as 1220 páginas desenvolvidas no Wiki. Mas tinha a sua compensação: as páginas Wiki do Perplex tiveram mais de 9 milhões de page views. Seu público ficou assim distribuído: 50% no Reino Unido; 41% nos EUA; 3% no Canadá; 2% na Austrália; 1% na Alemanha; e os demais 3% distribuídos pela França, Japão, entre outros países. Eles eram 50 mil usuários registrados, e as páginas na web (entre Wiki, mapas no Google e sites diversos) recebiam mais de um milhão de page views por mês.

Os primeiros ARGs brasileiros seguiram nesta ordem: *Vivo em ação 1* (maio-junho, 2004), *Vivo em ação 2* (maio-junho, 2005), *Cosmo Larapio* (janeiro, 2006), *Equus Graechus* (fevereiro, 2006), *O Projeto* (fevereiro-junho, 2006), *Vivo em ação 3* (novembro-dezembro 2006), *Una Passione* (outubro-novembro 2006), *2084 (Instituto Purifica)* (outubro 2006-janeiro 2007), *Zona Incerta* (janeiro-maio 2007), *Obsessão Compulsiva* (novembro 2007-janeiro 2008). O ARG *Zona Incerta*, criado por Rafael Kenski e Andre Sirangelo da Editora Abril para a Guaraná Antarctica, contou com 9 sites 30 páginas de revista. Anunciou-se como revelador de uma grande conspiração com uma história longa que durou 15 semanas. Estruturada em um esquema modular, os jogadores só sabiam parte da resposta de cada enigma –ou *puzzle*– ao final de cada mês. Para a história foi criado o antagonista da Arkhos Biotechnology, em um dos sites criado para *Zona Incerta*. Nesse site, a empresa se identificava como uma das

maiores indústrias do ramo de insumos vegetais para cosméticos e defendia a internacionalização da Amazônia. Com vídeos gravados em estúdio e externas, com atores desconhecidos, o site pareceu tão real que um senador propôs uma audiência pública no senado para a empresa se explicar (o discurso do senador ainda está disponível em [www.folha.com.br/070883](http://www.folha.com.br/070883)). No roteiro estavam previstas ações ou eventos ao vivo para cada clímax (virada ou *plot point*). No início não era revelado que era um jogo, uma ficção, mas logo os jogadores o descobriram. Isso não evitou o jogo do “me engana que eu gosto”: jogadores sabiam da ficção, mas a vivenciaram assim mesmo, talvez com mais interesse ainda. Os jogadores se sentiam verdadeiros atores, deixando depoimentos com esse: “Realizei meu sonho de participar de um filme de ação”. Sirangelo e Kenski criaram o site *Efeito Paralaxe*, coletivo ativista com o propósito de destruir a Arkhos, com espaço no Second Life. Experiências como o do ARG *Zona Incerta* revelam a maior característica e diferencial a eventos transmídia ou cross-media. É um dos grandes segredos do ARG, e ao mesmo tempo uma armadilha: o ARG deve saber lidar e permanecer sobre uma linha tênue entre o parecer real e o parecer ficção. Outro ARG brasileiro de repercussão foi *Obsessão Compulsiva* para o filme *Meu nome não é Johnny*. A produtora Raccord, liderada por Luiz Adolfo Andrade, desenvolveu o ARG. Seu site, que ficou dois meses ativo no ARG, chegou a receber 30 mil page views.

Sendo assim, o desenvolvimento de redes colaborativas de diálogo e produção sempre proporcionou um alto potencial cultural. Esse tipo de mobilização social também obteve repercussão quando lançou mão dos recursos tecnológicos da comunicação, especialmente as redes digitais. Desse modo, temos um indicativo de que a rede colaborativa somada a recursos tecnológicos de comunicação resulta em um eficiente catalisador de produção cultural. Em situações em que os

recursos possibilitam a ambientação onipresente de uma obra, como o ARG, por exemplo, fica mais poderoso ainda o efeito sobre a sociedade porque o ARG nunca termina sendo um único produto porque os seus jogadores produzem sites e novas redes colaborativas. As ficções em narrativas transmídia prosseguem pulsantes em sua hiperrealidade, muito provavelmente porque os jogadores são co-autores durante todo o processo.

### O jornalismo por discursos transmidiáticos

A narrativa transmídia tem sido tema de discussão em ambientes publicitários, a partir de narrativas ficcionais, ou mesmo na busca de estudos de linguagem. Contudo, no campo jornalístico, tal temática tem sido, se não ignorada, pouco discutida. Este trabalho apresenta resultados preliminares de um experimento que consiste em produzir e avaliar conteúdos elaborados a partir dos conceitos de narrativa transmídia, propostos por Jenkins (2009). Para tanto, foi criado um blog de conteúdo aberto para a postagem e divulgação das notícias. Ainda no quesito estrutura, adotamos como dispositivo móvel para a produção de conteúdo, ou seja, textos, fotos, vídeos (inclusive a edição dos mesmos) e a postagem, um aparelho modelo iPhone 3GS, com aplicativos Reel Director (para edição de vídeos), Photoshop (para tratamento de fotos) e BlogPress (para postagem das notícias). Também adotamos, para a divulgação das notícias em redes sociais, o Twitter e o Facebook.

O experimento foi iniciado em março de 2010 com a criação do blog e a tentativa de se produzir conteúdos a partir das possibilidades comuns de postagem. O blog [www.jornalismo-modebolso.blogspot.com](http://www.jornalismo-debolso.blogspot.com) foi criado como plataforma de estudo. A escolha pela plataforma blogger se baseou no link automático com o facebook, o YouTube e o Picasa, este último para

a postagem de fotos. Também optamos por ser uma plataforma de maior difusão, o que foi fundamental para o experimento.

Figura 1. Blog Jornalismo de Bolso.



Neste primeiro momento da investigação, notamos as dificuldades na produção de notícias a partir de um dispositivo móvel. Assim mesmo, conhecemos as vantagens em se utilizar este equipamento multimídia para a produção de notícias pela agilidade, rapidez, portabilidade e qualidade do produto final. Por fim, percebemos as vantagens em se adotar as redes sociais para a produção e distribuição de notícias.

Nesta etapa do estudo, compreendemos que a mobilidade é um diferencial importante na produção de conteúdo. A agilidade em se desenvolver conteúdo jornalístico a partir de um telefone móvel, por exemplo, é de grande valor na publicação da informação. No experimento, uma situação de destaque foi durante um voo entre Madri e Santiago de Compostela em novembro de 2010. Na ocasião, a Espanha sofria fortes ventos, o que provocou a paralisação das atividades nos aeroportos de Barajas, em Madri, e o aeroporto de Santiago de Compostela, na Galícia. Foram registrados vídeos de dentro do avião momentos de forte turbulência, assim como fotos do céu espanhol totalmente encoberto. Tanto a produção de texto como a edição do vídeo e o tratamento da foto foram realizados durante o voo, e a postagem concluída ao chegar

à cidade de Santiago de Compostela. O mesmo ocorreu durante outro voo, desta vez entre Ribeirão Preto e Belo Horizonte, cidades brasileiras. O mau tempo não impediu o funcionamento dos aeroportos, fechados meses antes por causa das fortes chuvas (também registrados pelo experimento, mas desta vez em terra).

Também foi beneficiada pela mobilidade uma postagem realizada na quinta-feira véspera de carnaval. A matéria postada registrou o intenso movimento de viajantes com destino a Ouro Preto e a região. Para tanto, imagens em vídeo foram captadas e editadas no próprio iPhone, assim como fotos registradas e o texto escrito e postado do próprio terminal rodoviário de Belo Horizonte, capital do Estado de Minas Gerais.

A distribuição das matérias também mereceu destaque. O curioso é que o experimento contou com apenas dois comentários diretamente no blog. Em compensação, como os links das postagens eram publicados simultaneamente no Twitter e no Facebook, as duas redes registraram volumes expressivos de comentários. As 43 publicações alcançaram 61 comentários no Twitter e 94 comentários no Facebook. Respeito à difusão da notícia, a postagem “Ouro Preto: cidade das igrejas” foi reenviada pela @dminasturismo para os seus 1.277 seguidores.

Figura 2. Difusão de notícia via Twitter.



O destacado na pesquisa foi a facilidade de operacionalizar o aparelho. Pensamos que é fundamental a possibilidade de uma operação simples, direta, intuitiva. Dessa forma, as ferramentas ficam à disposição para que qualquer jornalista bem intencionado possa produzir conteúdos alternativos sobre os fatos locais.

A conexão disponível, atualmente, no Brasil, é compatível com as necessidades deste tipo de operação, mesmo em cidades onde a cobertura 3G não é oferecida. A rapidez de digitalização também é razoável, e melhora com o tempo, a partir do costume do jornalista, mesmo em um teclado tão pequeno.

O tratamento de imagens pelo Adobe Photoshop Express é simples e limitado, mas compatível com as necessidades das plataformas digitais. Sua simplicidade na operação faz com que qualquer jornalista possa operar o aplicativo. Já o editor de vídeo Reel Director não é de fácil operação, mas atende às necessidades do experimento. O único inconveniente do aplicativo é o custo para a instalação.

O aplicativo BlogPress é de fácil operação e atende às necessidades do experimento. A única limitação está na não possibilidade de se inserir link para outros textos. Ele cria link automaticamente entre o texto do blog e as redes sociais autorizadas para isso, como Facebook e o Twitter. Nestes espaços, os conteúdos são produzidos pela sociedade que se organiza de acordo com seus interesses em comum, o que Castells (1999, p. 566) define como “Sociedade em rede”.

Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho).

As redes são criadas de acordo com os desejos de seus usuários, que desenvolvem seus conteúdos

digitais proporcionados pelas novas tecnologias, que agora lhes possibilitam a participação direta nos processos de produção.

Com os resultados do período de experimentação, proporcionados pelas 43 matérias de teor jornalístico, a maioria de nós – fortemente apoiada no conceito factual – pudemos observar a viabilidade de se produzir notícias com os diversos suportes midiáticos (texto, foto e vídeo) de um aparelho de telefonia móvel. Descobrimos que é viável e de simples operacionalização esta produção, o que torna a possibilidade interessante, pois a mobilidade é algo necessário para os jornalistas da atualidade, especialmente os que atuam nas mídias digitais. Por fim, sentimos que as redes sociais são capazes de difundir com destreza a informação publicada pelos jornalistas, criando assim uma audiência midiática de maior alcance e expressividade.

### Considerações

Com os resultados deste estudo, a comunicação caminha para uma realidade ainda mais mista, composta por diversas linguagens para produzir mensagens complementares a fim de obter um discurso final.

A partir das características da sociedade contemporânea, criou-se, naturalmente, o que Jenkins denominou de narrativa transmídia. Com isso, desenvolveram-se linguagens transmídia, atendendo aos parâmetros comunicacionais e, necessariamente, às demandas apresentadas para tais linguagens.

Dentre as linguagens expressivas, encontram-se as destinadas aos produtos de ficção, principalmente por questões mercadológicas. Jogos virtuais, cinema, televisão e mesmo o ARG, que ultrapassam as fronteiras demarcadas pela categoria jogos, passaram a ser atendidos pelos estudos e pelas propostas de narrativa transmídia.

Isso se potencializou com o desenvolvimento das redes sociais, onde os usuários passaram a ser co-autores de diversos conteúdos na Internet.

Contudo, ainda faltam estudos mais aprofundados que contemplem outra fatia importante da comunicação: o jornalismo. Os estudos realizados mostram que há um espaço e uma necessidade do jornalismo à construção das narrativas transmídia jornalística. Porém, existem poucas iniciativas a respeito.

Os resultados também mostram que a narrativa transmídia deve ser desenvolvida para o jornalismo, e provavelmente com a mesma estrutura de linguagem adotada pela ficção. Para mensurar tais resultados a partir da produção de conteúdo para o jornalismo, devemos desenvolver, em futuras pesquisas, um estudo de recepção para analisar o conteúdo produzido na ocasião.

Portanto é necessário ampliar a discussão sobre as narrativas transmídia para outros conteúdos, e não somente os de ficção, propostos por Jenkins.

### Referências

- Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Madrid: Gedisa.
- Bakhtin, M. (1997). *Estética da criação verbal* (2ª edição). São Paulo: Martins Fontes.
- Bradbury, R. (2003). *Fahrenheit 451*. São Paulo: Globo.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond from production to produsage*. New York: Peter Lang.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M.,; Qiu, J., Sey, A. (2007). *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global* (2ª ed. atualizada). Barcelona: Ariel.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Charaudeau, P., Maingueneau, D. (2004). *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto.

Gillmor, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Presença.

Gosney, J. (2005). *Beyond reality: A guide to alternate reality gaming*. Boston: Thomson.

Huxley, A. (2003). *Admirável mundo novo*. São Paulo: Globo.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2ª edição). São Paulo: Aleph.

Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers and gamers: Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.

Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. New York: Oxford University.

Li, C., Bernoff, J. & Holler, S. (2009). *Fenômenos sociais dos negócios*. São Paulo: Campus.

Martins, C. (2011). *A cultura da convergência e a narrativa transmídia*. Disponível em: <http://opiniaoenoticia.com.br/vida/tecnologia/a-cultura-da-convergencia-e-a-narrativa-transmidia/>. Acesso em 27/02/2011.

Murray, J. (2003). *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp.

Pignatari, D. (2004). *Contracomunicação*. Cotia: Ateliê.

Santaella, L. (2001). *Matrizes da linguagem e pensamento*. SP: Iluminuras.

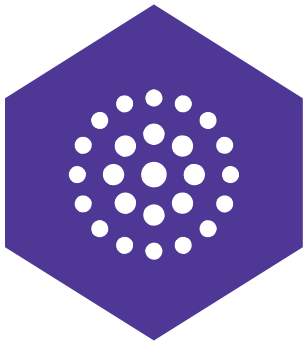
Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantam.

### **Películas**

*Bis ans Ende der Welt (Até o Fim do Mundo)*. Wim Wenders, Alemanha / França / Austrália, 1991.

*Meu nome não é Johnny*. Mauro Lima, Brasil: Atitude/Globo/Teleimage/Apema, 2008, 124 min.

*Star Trek (Jornada nas estrelas)*. Gene Roddenberry, EUA, 1966.



VOLUMEN 17 NÚMERO 1 2013

# TEXTOS.

Revista Internacional de  
Aprendizaje y Cibersociedad



TEXTOS. REVISTA INTERNACIONAL DE  
APRENDIZAJE Y CIBERSOCIEDAD

VOLUMEN 17, NÚMERO 1, 2013



TEXTOS. REVISTA INTERNACIONAL DE APRENDIZAJE Y CIBERSOCIEDAD  
<http://aprendizaje-cibersociedad.com/journal>

Publicado en 2013 en Madrid, España  
por Common Ground Publishing España S.L.  
[www.commongroundpublishing.es](http://www.commongroundpublishing.es)

ISSN: 1577-3760

© 2013 (revistas individuales), el autor (es)  
© 2013 (selección y material editorial) Common Ground Publishing España

Todos los derechos reservados. Aparte de la utilización justa con propósitos de estudio, investigación, crítica o reseña como los permitidos bajo la pertinente legislación de derechos de autor, no se puede reproducir mediante cualquier proceso parte alguna de esta obra sin el permiso por escrito de la editorial. Para permisos y demás preguntas, por favor contacte con <[soporte@commongroundpublishing.com](mailto:soporte@commongroundpublishing.com)>.

*Textos. Revista Internacional de Aprendizaje y Cibersociedad es revisada por expertos y respaldada por un proceso de publicación basado en el rigor y en criterios de calidad académica, asegurando así que solo los trabajos intelectuales significativos sean publicados.*

Composición tipográfica en Common Ground Markup Language utilizando un sistema  
CGPublisher de composición tipográfica multicanal  
<http://www.commongroundpublishing.com/software/>

# Índice

Análisis del aprendizaje: práctica emergente para un diseño instruccional en un mundo de datos interconectados <i>Fernando Santamaría Glez.</i>	1
Aplicación de herramientas tecnológicas en la evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje Uso de smartphones en el aula <i>Antonio Peña Cerdán, Alberto Palomares Chust, David de Andrés Martínez, Eva Antonio Daviu, Javier Esteban Andrés, Jose-Vicente Ballester Server, Juan Carlos Ruiz García, Carlos Villavieja Llorente</i>	11
Formas de interação propiciadas pela nova ecologia dos meios O YouTube como espaço de construção cidadã <i>Denis Renó, Elizabeth Gonçalves</i>	35
La formación del profesorado ante las TIC <i>Paula Morales Almeida</i>	47
Museo virtual: organización sistémica y heurística Un modelo para la generación de museos virtuales <i>Marco Antonio Flores Enríquez</i>	61
Novas tecnologias e movimentos sociais Do partido de lénin às redes sociais e aos processos emergentes <i>Nilton Bahlis dos Santos, Marcelo Lemos Correia</i>	75
¿Cómo ayudar a los docentes a crear entornos de aprendizaje dinámicos mediante el uso de la tinta digital? <i>Jose-Vicente Benlloch-Dualde, Félix Buendía, Juan-Carlos Cano, Sara Blanc, Lenin Lemus</i>	85

# Formas de interação propiciadas pela nova ecologia dos meios: O YouTube como espaço de construção cidadã

Denis Renó, Universidad del Rosario, Colombia

Elizabeth Gonçalves, Universidade Metodista de São Paulo, Brazil

*Resumen: As discussões sobre a reconstrução da cidadania pelos meios de comunicação ganharam força com o advento das novas tecnologias digitais. A aldeia global fomentada por Marshall McLuhan passa a viver uma nova ecologia midiática com espaços virtuais que oferecem a participação social na construção e circulação de conteúdos. Um importante espaço nessa nova ecologia dos meios é o YouTube, que a cada dia ganha mais participação na difusão de conteúdos audiovisuais, parte destes de origem cidadã. Este artigo apresenta, a partir de uma metodologia de estudo quantitativa/qualitativa, resultados de um estudo sobre vídeos publicados no YouTube com as palavras de busca relacionados à cidadania. A partir do estudo, realizado entre 25 de Setembro e 05 de Outubro de 2007 e atualizado em Setembro de 2012, ratificou-se a hipótese de que a internet e a tecnologia podem servir para impulsionar o fortalecimento da cidadania por grupos marginalizados.*

Palabras Clave: Comunicação, Folkcomunicação, Ecologia dos Meios, Narrativa Transmídia, Linguagem

*Abstract: Discussions on the reconstruction of the public by the media gained momentum with the advent of new digital technologies. The global village Marshall McLuhan encouraged by going to live a new media ecology with virtual spaces that offer social participation in the construction and circulation of content. An important place in this new media ecology is YouTube, which is continually gaining participation in the dissemination of audiovisual content of these citizen home. This paper presents, from a qualitative study methodology / quantitative results of a study of videos posted on YouTube with the search words related to citizenship. From the study, conducted between September 25 and October 5, 2007 and updated in September 2012, it ratified the hypothesis that the Internet and technology can serve to promote the strengthening of citizenship for marginalized groups.*

Keywords: Communication, Folk-communication, Media Ecology, Transmedia Storytelling, Language

## Introdução

**V**IVEMOS HOJE UM novo momento social, onde os cidadãos, denominados por Dan Gillmor (2005) como seres-meio, têm voz ativa nos processos comunicacionais. Como define Paul Levinson (2012), vivemos num momento que pode ser definido como “*new new media*”, onde as pessoas se comunicam ativamente por redes sociais.

Ainda no que diz respeito ao momento comunicacional em que vivemos, surge um novo formato jornalístico conhecido como jornalismo transmídia (Renó; Flores, 2012), onde o discurso é construído através de diversas plataformas e por caminhos interativos.

Com esse cenário, compreende-se que a comunicação pode fortalecer ou enfraquecer os traços de uma sociedade. Quando se olha pelo ângulo da Escola de Frankfurt, verifica-se que as estruturas midiáticas transformam a sociedade em reféns das classes dominantes, que buscam manipular hábitos, costumes e ideologias de acordo com seus interesses políticos e comerciais. De fato, isso acontece, como pode-se perceber com os resultados homogêneos da aldeia global McLuhiana, onde manipulações políticas, sociais e culturais ganharam aliados potentes e ágeis, com uma nova concepção de comunicação massiva, tanto no quesito plataforma como no linguagem.

As estruturas midiáticas ganharam uma nova presença no cotidiano da sociedade e as doutrinas políticas tornaram-se mais intensas. Com isso, os latino-americanos tornaram-se ainda mais reféns da manipulação cultural da qual já se tornara vítima desde o surgimento destas sociedades, sempre combatendo tais atitudes manipulatórias com os gritos e as tradições sociais. Porém, essas manifestações só se tornam significativas na medida em que interferem, de fato, na produção dos conteúdos, alterando linguagens e questionando o que está convencionalizado como certo e aceitável. O simples domínio da tecnologia e a acessibilidade não garantem participação ou intervenção social a menos que se possa agir na produção dos bens simbólicos.

Forças de combate surgem por meio da folkcomunicação, que ganha impulsos com ambientes midiáticos modernos, como o YouTube, onde qualquer pessoa pode publicar seus vídeos de protesto, tornando-os públicos e disponíveis na própria aldeia global. Talvez por este ângulo as idéias de McLuhan passem a se tornar positivas, pois com o advento da comunicação digital e das novas tecnologias a cidadania ganhou um novo aporte: o da comunicação em massa. O ambiente folkcomunicacional passa a ganhar *status* e espaço de divulgação em um ambiente folkmediático.

Os estudos da Folkcomunicação orientados pela teoria de Luiz Beltrão, segundo a qual a "folkcomunicação é o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, por meio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore" (Beltrão, 2001:79), neste estudo serve apenas como referência, uma vez que a Internet não se caracteriza como uma folkmídia, embora a existência de sítios tais como YouTube nos leve a reconsiderar o papel midiático desse espaço de processamento de informações e de interação social. Nesse contexto Hohlfeldt (2002:25) amplia os horizontes desse estudo, refletindo que:

A folkcomunicação não é o estudo da cultura popular ou do folclore, [...] é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

Este artigo apresenta discussões a respeito da construção ou da reconstrução da cidadania latino-americana por meio de atitudes modestas como a disponibilização de vídeos não profissionais no YouTube, tendo como ponto de partida conceitos de folkcomunicação, teoria que explica os métodos comunicacionais das classes marginalizadas, e de produção de vídeos populares. Através de conceitos relacionados aos estudos de mídia e linguagens contemporâneas da comunicação, torna-se viável tal observação sobre conteúdos produzidos pela sociedade para que a cidadania seja fortalecida em seus diferentes aspectos.

Por fim, estuda-se, por meio de uma metodologia de pesquisa quantitativa/qualitativa, a condição em volume em que se encontram vídeos que possibilitam uma (re)construção cidadã de sociedades latino-americanas no YouTube. Espera-se, com os resultados desta pesquisa, compreender os caminhos que podem seguir a (re)construção da cidadania em tempos de aldeia global, se é que ela existe de fato, ou passou a ser necessariamente considerada como uma aldeia glocal, com a globalidade oferecida pela internet, mas também com a “localidade” provocada pelas redes sociais, ainda que geograficamente distantes em alguns momentos.

## **Linguagem e construção simbólica**

Na busca de entender o processo especial de comunicação estabelecido na Internet somos levados a considerar a relação entre as condições de produção, responsáveis por conferir a liberdade artística e avaliativa ao produtor, garantindo o espaço de sua fala; as condições de recepção ou de interpretação que devem garantir a aceitabilidade e a competência de compartilhar da proposta sugerida pelo produtor e a própria organização significa da mensagem, que, intencionalmente, constrói um todo simbólico, elaborando e reelaborando as significações da realidade, capaz de atrair pela criatividade e irreverência. Conforme Charaudeau (2003: 22, tradução nossa):

Todo ato comunicativo é um objeto de intercâmbio entre duas instâncias, uma de enunciação e outra de recepção, cujo sentido depende da relação de intencionalidade que se instaura entre elas. Isto determina três lugares de pertencimento: aquele em que se encontra a instância de enunciação, ao qual denominaremos lugar das condições de produção, aquele em que se encontra a instâncias de recepção, ao que denominaremos lugar das condições de interpretação e aquele em que se encontra o texto como produto terminado, ao que denominaremos de lugar de construção do discurso.

Identificamos no discurso do vídeo, especialmente naquele disponibilizado no YouTube, vestígios de outros discursos sociais e vínculos entre os campos envolvidos para a construção do sentido, buscando não o que se diz, mas a forma de construir este dito ou ainda, de sugerir sem dizer explicitamente. O contexto ideológico no qual o vídeo se insere determina as características da mensagem e a seleção dos signos que a compõem:

O ideológico está presente num texto pelas marcas ou traços que estas regras formais de geração de sentidos deixam na superfície textual [...] Uma parte do ideológico também transparece num texto sob a forma de preconstituídos, que são inferências e pressuposições que o coemissor deve fazer para suprir as lacunas e dar coerência à interpretação que faz, interligando as frases e partes do texto e ligando-o a um mundo (Pinto, 2002: 41).

Dessa forma, o exercício de produzir um vídeo e a iniciativa de expor esse produto em um espaço amplamente acessível representam uma postura participativa, na qual o indivíduo avalia sua produção não exclusivamente pelo aspecto estético ou pelo aparato tecnológico de que dispõe, mas pelo valor simbólico que assume, de poder fazer parte de um contexto até então reservado a poucos. Esse bem simbólico, portanto, significa muito além de sua mensagem. Representa uma participação social ilimitada, ainda que avaliações elitistas tendam

a reprimir e condenar a divulgação de produtos que não passariam pelo refinado gosto estético de pareceristas de arte.

### **Olhares sobre os efeitos da aldeia global**

Os conceitos de aldeia global por McLuhan trouxe promessas, que aos olhos de Santos (1999) integrou de forma substancial o século das promessas não cumpridas. Naquele período, o século XX, dizia-se que os cidadãos ficariam mais próximos, cultos e teriam um inter-relacionamento mais eficaz e intenso. Porém, como criticou Beltrán (Soares *In* Marques de Melo; Brittes, 1998), muitos dos povos latino-americanos não faziam parte dessa aldeia, em plena moda McLuhiana de meados dos anos 80, e que, dessa forma, a aldeia nunca seria global.

A crítica veio, basicamente, da América Latina, assegura o texto. E não apenas aos paradigmas tradicionais, mas também aos discursos modernos, como os de McLuhan: ‘Os latino-americanos não estão certos de que o mundo se converteu numa aldeia global principalmente porque milhões deles não têm acesso algum a qualquer meio de comunicação de massa’. (Soares *In* Marques de Melo; Brittes, 1998: 67).

Para Beltrán, o efeito de aldeia global serviria, de fato, para neutralizar a diversidade cultural existente nos povos latino-americanos, facilitando, assim, a construção de um mercado de consumo. Se todos pensam da mesma forma, o consumo é igual, homogêneo, assim como a linguagem para instigar este consumo. A grande massa perde suas identidades, substituindo-as por uma única, “enxertada” na personalidade dos pertencentes à aldeia global de McLuhan. E reforça tais críticas aos conceitos comunicacionais de origem aristotélica, defendida pelo próprio Schramm, ao lado de diversos outros teóricos, como Wiener, Shannon e MacLean. Para Beltrán, com esse esquema o emissor não sofre questionamentos, podendo comunicar o que quiser ao receptor passivo e manipulável.

Outro que cita tais problemas sobre a aldeia global é Canclini (2005), mas este segue um olhar mais otimista e provavelmente menos ansioso. Para ele, hoje, de fato, há um forte processo de exclusão social, profissional e cultural, pois nem todos possuem acesso completo aos canais globalizadores, onde inclui-se a Internet. Porém, esse quadro pode mudar, como ocorreu com a televisão em seus primórdios. Segundo Canclini (2005: 215):

Numa análise das formas públicas de comunicação, diz-se que hoje “a televisão faz a pergunta e a Internet responde” (Peregil, *El País*, 29 abr. 2001). Oxalá fosse tão simples, mas a simplificação da fórmula sintetiza um processo que segue aproximadamente nesta direção.

Mas, apesar desse otimismo aparente, Canclini (2005) manifesta preocupações quanto ao efeito da chamada sociedade do conhecimento. E declara:

(...) os aspectos cognitivos e socioculturais estão distribuídos e ao apropriados de modos muito diversos. Geram diferenças, desigualdades e desconexões. Por isso, é arriscada a generalização do conceito de sociedade do conhecimento à totalidade do planeta, incluindo centenas de etnias e nações. Tal como outras designações de processos contemporâneos – “sociedade de consumo”, “globalização” –, requer especificar com cuidado seu âmbito de aplicação para não homogeneizar movimentos heterogêneos ou

grupos sociais excluídos das modalidades hegemônicas do conhecimento. (Canclini, 2005: 225-226)

Canclini (2005: 235) dialoga consigo mesmo ao recordar que “nas últimas décadas, multiplicaram-se os usos de tecnologias avançadas (computadores, satélites) por parte dos grupos indígenas e pobres suburbanos”. Para ele, tal crescimento demonstra a potencialidade da tecnologia em, efetivamente, oferecer á sociedade uma a condição de aldeia global.

Com a aldeia global, corre-se o risco de todos se tornarem reféns da classe dominante, da elite, dos incentivadores do consumo, de acordo com as idéias gramscianas. Mas, através dela, se a chamada democratização ocorrer, poderá se atingir um fortalecimento cultural da classe subalterna, em especial a latino-americana, que conseguirá ampliar o hibridismo cultural existente nestas sociedades, como defende Canclini (2006).

Porém, de acordo com Vilches (2003), a aldeia global deve ser revista, pois com o advento das novas tecnologias duas novas características passaram a fazer parte da estrutura comunicacional: a desmassificação, provocada pela segmentação dos conteúdos comunicacionais, e a interatividade, onde os usuários deixaram de ser objetos de manipulação para se transformarem em sujeitos que manipulam (Vilches, 2003: 234), conceitos que reforçam as idéias deste artigo.

As idéias de possibilidades de fortalecimento da cidadania por intermédio da comunicação em tempos de ciberespaço tem sido amplamente discutidas na academia, propiciando um repensar das teorias da Comunicação. Pineda (2004: 86) defende que a virtualidade é o caráter mais revolucionário e atual do ciberespaço, pois, possibilita que as pessoas possam construir simbolicamente mundos que não têm referentes reais diretos com suas vidas concretas. As ferramentas que viabilizam a atualização do potencial criativo deixam de ser elementos restritos à elite ou ao artista e passam a habitar o cotidiano do cidadão comum, capacitando-o a ressignificar seu universo de diferentes maneiras.

## **A produção de vídeos populares**

O vídeo popular ganha força a partir do momento em que a tecnologia aproxima os subalternos das ferramentas de produção. Nos primórdios do cinema, era preciso investir altas cifras em produções audiovisuais. Todo e qualquer registro audiovisual era realizado apenas pela elite, como investidora ou mesmo produtora. Mas é preciso compreender o que significa vídeo popular, para então discutir seus poderes de reconstrução da cidadania. Segundo Santoro (1989: 59), “uma tentativa de conceituação da expressão ‘vídeo popular’ deve partir, no nosso entender, do reconhecimento do conjunto das produções e dos modos de atuação dos grupos de vídeo junto aos movimentos populares”. Ainda segundo Santoro (1989: 60), divide-se o vídeo popular em cinco modalidades. São elas:

- A produção de vídeos por grupos ligados diretamente a movimentos populares, como sindicatos e associações de moradores de bairros;
- A produção de vídeo por instituições ligadas aos movimentos populares, como Igreja, centros de defesa dos direitos humanos;
- A produção vídeos por grupos independentes dos movimentos populares que desenvolvem conteúdos para atender aos interesses destes grupos;
- processo de produção de vídeos com a participação direta de grupos populares;



- processo de exibição de vídeos populares de interesse dos movimentos populares para informação, animação, conscientização e mobilização.

De acordo com os conceitos do autor, encontram-se nos produtos analisados neste trabalho as cinco categorias, todos disponibilizados no YouTube. Este material ganhou força com o advento da tecnologia digital, mas parte do material é proveniente de digitalização de materiais produzidos anteriormente, ainda na fase do produto audiovisual analógico, quando iniciou-se essa produção com relativa intensidade.

Santoro (1989) explica ainda que com a chegada do vídeo analógico as produções populares passaram a se manifestar, inicialmente de forma modesta, tímida, mas sofreu uma evolução gradativamente. As câmeras, de simples operação e com um custo decrescente devido à obsolescência provocada pelo rápido desenvolvimento tecnológico, passaram a conviver com alguns representantes de grupos sociais, que se esforçavam e conseguiam adquirir a ferramenta. Surgiu, então, um líder de grupo popular diferente da definição de Beltrão (Hohlfeldt; Gobbi, 2004), capaz não somente de receber mensagens e reproduzi-las para seu grupo, mas também responsável por produzir coletivamente a mensagem de seu grupo e enviá-la ao líder de grupo da elite: os meios de comunicação de massa aos quais estes componentes também estão sujeitos, como a televisão e o vídeo-cassete, agora substituído pelo aparelho DVD.

Mas apesar da novidade, tais atividades de distribuição política e cultural, de caráter folkcomunicação, ainda não conseguiam eficácia frente aos efeitos contrários produzidos pela *mass media*, devido, inclusive, à baixa qualidade dos materiais produzidos, graças às limitações tecnológicas. Até que chega a tecnologia de produção digital, que começou a ser ofertada ao mercado amador no início deste século. Através desta tecnologia, os vídeos passaram a contar com maior qualidade e uma diversidade de recursos, até então impossibilitados pelas câmeras analógicas. O mesmo aconteceu com os programas de edição, que passaram a compor sistemas operacionais de fácil obtenção, como o *Windows XP*, que traz em seu pacote básico o programa de edição de vídeo *Windows Movie Maker*, gratuitamente. Neste processo, novos formatos acabaram sendo definidos para cada fim. Segundo Santoro (1989: 95-97), os grupos populares que desenvolvem vídeos adotam diversas linguagens e aportes audiovisuais, descritas em seis tipos:

1. Autoscopia, que consiste em gravar reuniões, registrando-as, para que as mesmas possam ser assistidas e difundidas pelo grupo apenas para integrantes do grupo, vetadas aos não-integrantes. Estes vídeos não sofrem processos de edição por parte dos produtores.
2. Registro, onde gravam-se eventos ou fatos que sejam de interesse do grupo, sem se preocupar com processos posteriores de edição, como ocorre no tipo de registro de autoscopia.
3. Edição simples, quando desenvolve-se um documentário manipulando um material já gravado. Desta forma, registros de fatos sociais ganham força midiática com aporte artístico.
4. Documentário, quando tem-se os objetivos das gravações previamente definidos. Normalmente, este tipo segue um roteiro de produção, assim como uma estética definida a fim de informar com maior força midiática e aporte artístico que o tipo “edição simples”.

5. Roteiro original, que possui uma melhor qualidade de topos os outros tipos, inclusive o documentário. Neste caso, apóia-se também na modalidade ficção, tendo como objetivo uma compreensão do grupo popular, e pode-se ampliar a reconstrução cidadã quando estendida a visualização para outros grupos.
6. Suporte, quando o grupo analisa programas previamente gravados e deste ponto desenvolvem-se discussões. Tal análise é ampliada pelo YouTube, ampliando o grupo e ilimitando o alcance destes fragmentos de análise.

Com esse desenvolvimento tecnológico, o mundo sofreu mudanças significativas. Atualmente, o maior país produtor audiovisual do mundo é a Índia, graças à possibilidade de produzir e exibir vídeos com baixo custo. O mesmo ocorreu no Brasil, onde vídeos populares passaram a ser produzidos, tanto do gênero documentário quanto ficção, ampliando as manifestações cidadãs e folkcomunicacionais para o espaço midiático.

Porém, o surgimento de tecnologias de produção nada resolveu para dar efetiva voz aos grupos subalternos, pois o maior problema de desigualdade na aldeia global é o espaço de difusão. De nada vale ter o domínio da palavra se a mudez o impede de dissipar tais idéias.

### **A cidadania ganha voz com o YouTube**

Enquanto a Internet oferecia apenas produtos culturais elitistas ou filtrados pela elite, a aldeia global não contava com perspectivas de cumprir suas promessas. Os poucos usuários, mas com crescente representatividade, pertencentes a este grupo sociocultural e econômico recebiam o que os “senhores da indústria cultural” definiam como ideal para consumo.

Mas o dinamismo da Internet desenvolveu um novo ciberespaço para o consumo cultural mais próximo de cumprir as promessas cobradas por Santos (1999), com uma democracia ao alcance de qualquer usuário: o YouTube, que agora oferece aos usuários um novo ambiente, um novo modo de fazer e pensar sobre televisão. Segundo Octavio Islas (2007: 17, tradução nossa):

O YouTube representa o principal referente da nova televisão na Internet. Por esta simples razão, em outubro do ano passado, o Google concretizou a aquisição do YouTube mediante uma operação milionária.

Através deste espaço, qualquer usuário cadastrado gratuitamente pode disponibilizar vídeos para exibição gratuita. Para isso, basta atender às especificações técnicas deste material, que servem somente apenas simplificam a produção.

Para se cadastrar no YouTube basta estar conectado à Internet e informar os dados básicos, como e-mail, nome, etc. Em seguida, pode-se enviar vídeos para exibição de qualquer tema, contanto que estes possuam uma duração máxima de 10 minutos, se o usuário é novo, pois quanto mais vídeos são produzidos maior pode ser a cota referente ao tamanho do vídeo. Porém, o ideal neste espaço é que possua uma duração em torno de 4 minutos por uma questão de recepção. Mesmo existindo uma possibilidade de canal HD, o vídeo exibido no YouTube sempre apresenta uma qualidade limitada, o que diminui as diferenças entre produtos audiovisuais captados por equipamentos profissionais e obras realizadas por câmeras caseiras ou aparelhos celulares, tendo em vista que hoje em dia estes equipamentos são de simples aquisição pelo cidadão comum.

O YouTube, criado em 2005 por Chad Hurley aos seus 29 anos e Steven Chen, na época com 27 anos, possui hoje dados de acesso que têm impressionado especialistas. Em maio de 2006, o site atingiu a marca de 40 milhões de vídeos exibidos diariamente. Em junho do mesmo ano, o site alcançou a média de 100 milhões de exibições/dia, com o total de 2,5 bilhões de vídeos exibidos, com uma média de 65 mil novos vídeos sendo enviados diariamente, segundo Fortes (2006:34). Com isso, o mercado audiovisual ganhou, efetivamente, um novo espaço alternativo, de caráter massivo e democrático.

Os vídeos postados no YouTube pertencem a diversas linhas temáticas (Marthe, 2006: 90). Algumas produções caseiras são do gênero ficção, a maioria comédia. Além disso, existem registros de entrevistas, vídeos antigos e documentários. Estes materiais são ligados a outros sítios, assim como aos blogs, e passam a ser assistidos com maior intensidade, e é possível definir grupos de acesso aos produtos audiovisuais disponíveis, o que amplia a fragmentação e a objetividade da comunicação, quando necessário. Outro diferencial é a possibilidade de se definir um roll de palavras-chave, facilitando a busca pelos materiais audiovisuais.

Esse espaço midiático é uma âncora importante no campo comunicacional atual. Através dele, acontecimentos que marcaram a primavera árabe em 2011 tornaram-se públicos, e por vídeos produzidos por cidadãos comuns (Espiritusanto; Gonzalo Rodríguez, 2011). A participação social na construção destes conteúdos marca sua existência, cada dia mais presente nos hábitos comunicacionais da sociedade atual (Levinson, 2012) e a cada dia um expressivo número de pessoas passam a se informar através de vídeos publicados no portal, a tal ponto que o YouTube criou em parceria com a Universidade do Texas – Austin um canal de notícias exclusivo.

A evolução do YouTube e o seu objetivo de se tornar referência em produção e exibição de vídeos pela sociedade chegou ao ponto do portal desenvolver um aplicativo dentro de sua página para edição simples de vídeos. Denominado YouTube Editor, a aplicação possibilita a publicação automática do vídeo após sua edição. Dessa maneira, a comunicação cidadã passa a ser uma grande possibilidade midiática através do YouTube.

## Discursos cidadãos presentes no YouTube

Para compreender a participação do YouTube no processo da difusão dos conceitos de cidadania e de mobilização popular levantou-se a condição quantitativa e qualitativa (por amostragem aleatória) de seu acervo na tentativa de alcançar dados representativos deste recorte. Para tanto, definiu-se um conjunto de palavras-chave (tags) para buscar no sítio através de suas ferramentas de busca.

A palavra-chave inicialmente procurada, “vídeo popular”, ofereceu uma relação de 93 vídeos, a maioria de conteúdo relacionado a manifestações folclóricas, como o vídeo *Escuela del Barro ANMCLA: Del Barro Venimos*. Porém, de acordo com as idéias de Beltrão (2001), o folclore é um forte agente de informação de questões sociais e cidadãs, o que valida a busca por tal terminologia. Encontrou-se, também, com a busca, vídeos de ideologia popular, como visto na obra *ANMCLA Yaracuy: Bolívar TV*. Percebeu-se que as obras de caráter popular postadas são do tipo registro ou roteiro original, mas também existem documentários disponíveis.

A segunda busca foi realizada através da palavra-chave “cidadania”. O termo, que define diretamente a intenção da busca, encontrou 838 vídeos relacionados com o tema, a maioria

de teor político e educacional, porém em português. Porém, algumas obras apresentadas são do tipo “suporte”, o que provoca análise de seu conteúdo por integrantes do grupo publicador e por pertencentes a outros grupos. Outros vídeos são de caráter educativo, definidos como vídeo-aula, como *Ética e cidadania* ou *Ética e cidadania II*, que utilizam recursos de *power point* somados a música e narração. Encontram-se, também, vídeos do tipo registro, como a 5ª *Corrida pela Cidadania*, ou para divulgar ações cidadãs, como a obra *Jornada de Ação da Cidadania 1ª Companhia*, que oferece imagens do evento editados em formato simples.

Em seguida, buscou-se uma relação de vídeos através da terminologia “ciudadania”. O objetivo de adotar-se palavra-chave em castelhano deve-se à necessidade de se provocar um comparativo quantitativo entre a discussão por grupos hispânicos, e não somente lusófonos. Com este tag, chegou-se ao resultado de 629 vídeos, quase a mesma quantidade que a versão anterior. Neste acervo percebeu-se que diversos arquivos oferecem imagens do tipo registro, alguns gravados de programas de televisão, como é o caso do arquivo *Educación para la Ciudadanía, los Obispos y el Gran Wyoming*, pois trata-se de uma reportagem veiculada na televisão gravada para publicação na Internet. Também encontram-se obras de caráter educativo, como em *Preguntas de Ciudadania*, que oferece um vídeo-aula sobre o que é cidadania para os norte-americanos.

Em uma nova análise, buscou-se uma relação audiovisual com a adoção do tag “social”, o que proporcionou uma surpreendente relação de 69.600 vídeos. Mas o número engana, pois parte deste material não contribui com a reconstrução da cidadania pelos grupos subalternos, ficando apenas no campo do entretenimento, em alguns dos casos analisados totalmente distante do social. Encontrou-se, também, um fragmento do documentário *Buena Vista Social Club* em meio à busca, pois a mesma é realizada não somente pela palavra-chave, mas por parte do título, e um vídeo-aula sobre a web 2.0, intitulado *La Web 2.0: La revolución social de Internet*, que discute sobre o tema através de imagens, gráficos e uma narração.

Buscou-se pela palavra-chave “política social” e chegou-se a um total de 53 vídeos, a maioria do tipo “suporte”, como constatada pelo tag “ciudadania”. Em contrapartida, constatou-se um total de 25.100 vídeos quando buscou-se pelo tag “política”, com as mais diversas discussões de conteúdo, inclusive não relacionadas com o tema. Dentre os vídeos do tipo suporte, pode-se perceber uma maioria proveniente de reportagens jornalísticas, como em *Xavier Trias denuncia la política social del tripartit*.

Quando procurou-se pelo termo “popular”, chegou-se ao resultado ainda mais surpreendente de aproximadamente 225.000 vídeos. Neste caso, percebeu-se que os 30 primeiros vídeos oferecidos discutiam o tema do tag, tanto no que se refere à socialização da educação e da cultura como em uma nova democracia popular em busca de igualdade. Mas encontrou-se uma gama de vídeos sobre música popular, como o fragmento *Música Popular Portuguesa ou Polymarchs Casa Popular homenaje a Tony Barrera*, este de caráter registro.

Por fim, buscou-se pela expressão “popular en América Latina”, chegando-se à relação de 37 vídeos. Tais fragmentos audiovisuais oferecem tanto músicas populares latino-americanas como discussões sobre a questão do popular nos países da América Latina ou documentários sobre a região, como o caso do fragmento *Los Jaivas - Alturas de Machu Picchu*, que apresenta Machi Picchu aos usuários, ou sobre músicas populares latino-americanas relacionadas a movimentos populares, como é o caso de *Lloviznando Cantos - Hombre Sur*, este em favor da doutrina política do presidente venezuelano Hugo Chavez, no tipo documentário. Mas também, no mesmo canal de busca, são apresentados vídeos de caráter político, relacionados a grupos populares, do tipo registro, como é o caso do fragmento *Rebelión*

*popular en América Latina*, este do tipo edição simples. Vale ressaltar que a análise qualitativa foi realizada de forma aleatória e que os vídeos encontrados nas primeiras páginas podem sofrer mudança de paginação, pois a ordem é definida de acordo com o número de acessos e a avaliação dos usuários.

## **Conclusão**

Com a chegada do YouTube, as perspectivas de uma possível participação do cidadão na estrutura comunicacional da aldeia global passaram a ganhar força. Através dele, a classe subalterna ganha status de agente emissor de seus protestos e de sua cultura popular.

Pelo YouTube, grupos populares já se mobilizam e desenvolvem neste ambiente midiático discussões de significativa importância para a reconstrução da cidadania. Também através do ambiente, grupos políticos passaram a se manifestar com maior intensidade e alcance, o que fortaleceu seus projetos de ampliação e difusão de idéias. O YouTube se transforma, desta forma, em um responsável pela democracia social e cultural que a sociedade contemporânea tem à sua disposição.

Percebe-se, também, que através do YouTube os grupos sociais passaram a difundir suas idéias, crenças e costumes. E, através deste espaço ciberespacial, pode-se construir um hibridismo cultural capaz, inclusive, de combater a homogeneidade provocada pelos interesses neoliberais, presentes nos produtos da indústria cultural, criticada pela escola de Frankfurt exatamente por seus efeitos.

Os cidadãos se apoderaram do YouTube para gerar uma comunicação audiovisual entre redes sociais. Dessa maneira, passaram a comunicar-se de maneira intensa por esse canal, que serve de apoio para a publicação de vídeos que em diversos casos têm como destino principal outros espaços, como blogs, Facebook e Twitter, utilizados para ampliar a comunicação ou circular o conteúdo por espaços mais instantâneos e direcionados.

A participação de vídeos brasileiros e latino-americanos é intensa. A taxa de participação do Brasil nos acessos do YouTube em 2008 chegou a 19,1% (1). Vale ressaltar que esses números sofrem alterações constantes, pois novos vídeos são publicados diariamente no portal. No entanto, os que existem atualmente reforçam o papel do sítio na interlocução entre os marginalizados e a elite, tendo o primeiro como efetivo emissor de suas idéias e de seus protestos políticos, sociais, culturais e cidadãos. Desta forma, surge uma nova forma de reimaginar a cidadania nos meios através dos recursos oferecidos pela cibercomunicação audiovisual, baseada no conhecimento pessoal de recursos midiáticos acessíveis ao cidadão comum, tanto no quesito custo como no que se refere à tecnologia empregada e à necessidade de conhecimento para operá-la. Tal forma tem sido eficazmente aproveitada por grupos populares, que a cada dia conquistam uma autonomia comunicacional frente à mídia tradicional, que vive uma crescente onda de esquecimento pelas novas gerações de usuários.

## Referencias

- Beltrão, Luiz (2004-a). *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp.
- (2004-b). Teoria da folkcomunicação In HOHLFELDT & GOBBI. *Teoria da comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros*. Porto Alegre: Sulina.
- (2001). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Porto Alegre: Edipucrs.
- Canclini, Néstor Garcia (2006). *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp.
- (2005). *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- (2002). *Latinoamericanos buscando lugar em este siglo*. Buenos Aires: Paidós.
- Charadeau, Patrick (2003). *El discurso de la información*. Tradução para o espanhol de Margarita Mizraji. 1ª edição. Barcelona: Gedisa.
- Dalla Costa, Rosa Maria Cardoso, Machado, Rafael Costa & Siqueira, Daniele (2006). *Teoria da comunicação na América Latina: da herança cultural à construção de uma identidade própria*. Curitiba: Editora UFPR.
- Espiritusanto, Oscar; Gonzalo Rodríguez, Paola (2011). *Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Fundación Telefónica – Ariel.
- Fortes, Débora. *YouTube*. Info, agosto 2006, p.33.
- Gillmor, Dan (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença, 2005.
- González, Jorge Alejandro (1994). *Más(+) cultura(s): ensayos sobre realidades plurales*. México D.F.: Pensar la cultura.
- Hohlfeldt, Antonio (2002). Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século. In: *Anuário UNESCO/UMESP de comunicação regional*, v. 1, n. 5, São Bernardo do Campo - SP.
- Islas, Octavio (2007). Internet y la obligada remediación de la televisión. *Revista Mattered Primma: Revista de pesquisa dos cursos de Comunicação Social – Jornalismo e Publicidade – das Faculdades COC*. Ribeirão Preto: Faculdades COC, n. 01, p. 11-22.
- Levinson, Paul (2012). *New new media*. Boston: Pearson, 2012, 3ª ed.
- Marques de Melo, José (2003). *História do pensamento comunicacional*. São Paulo: Paulus.
- Marthe, Marcelo. *A nova era da televisão*. Veja, 13 de setembro de 2006, p.89.
- Pineda, Migdalia (2004). *Las Ciencias de la Comunicación a la luz del siglo XXI*. Maracaibo – Venezuela: Editorial de la Universidad del Zulia.
- Pinto, Milton José (2002). *Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos*. 2ª ed. São Paulo: Hacker.
- Renó, Denis & Flores, Jesús (2012). *Periodismo transmedia*. Madri: Fragua.
- Santoró, Luiz Fernando (1989). *A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil*. São Paulo: Summus Editorial.
- Santos, Boaventura de Souza (1999). *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez.
- Soares, Ismar de Oliveira. Comunicação & neoliberalismo: a vigência das políticas (alternativas) de comunicação In Marques de Melo, José & Brittes, Juçara Gorski (orgs.) (1998). *A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*. São Bernardo do Campo: Editora UMESP.
- Vilches, Lorenzo (2003). *A migração digital*. São Paulo: Editora Loyola.

## **Sobre los Autores**

*Denis Renó:* Periodista, doctor en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil), desarrolló postdoctorado sobre Periodismo Transmedia en el Depto Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid (España). Desarrolla actualmente postdoctorado sobre Touch Hiperperiodismo en el Depto de Comunicación y Artes de la Universidad de Aveiro (Portugal). Es profesor asociado del Programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario (Colombia) y profesor visitante en el programa de Maestría en Periodismo de la Universidad Estadual de Ponta Grossa (Brasil). Desarrolla investigaciones sobre narrativa transmedia, periodismo, audiovisual y ecología de los medios. Es miembro fundador de la Red Transmediaticos y miembro asociado de Media Ecology Association.

*Elizabeth Gonçalves:* Doctora en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil), es profesora titular del Programa de postgrado en Comunicación Social de la misma institución. Es editora de la revista científica *Comunicação & Sociedade*, la más antigua revista sobre estudios de la comunicación de Brasil. Es autora de diversos artículos, capítulos de libro y libros especializados en comunicación, lenguaje y discurso. Líder del grupo de investigación COLING – Estudios de Comunicación y Lenguaje, fue homenajeada por Cátedra Unesco de Comunicación en 2012, ocasión del Coloquio de las Escuelas Latinoamericanas de Comunicación Social por su contribución a la construcción del conocimiento en el continente.

## **Denis Renó**

Jornalista, doutor em Comunicação Social pela Universidade Metropolitana de São Paulo. Possui pós-doutorado pelo Departamento de Periodismo II da Universidade Complutense de Madrid (Espanha) e desenvolve investigação pós-doutoral no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro (Portugal). É professor do curso de jornalismo e opinião pública da Universidade do Rosário, Bogotá, Colômbia  
E-mail: denis.porto.reno@gmail.com.  
Currículo Lattes:  
<http://lattes.cnpq.br/3280707979820725>.

## **A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística**

## **Transmedia storytelling and journalistic “ungovernability”**

## **Narrativa transmedia y la “des-gobernabilidad” periodística**



## RESUMO

A sociedade vive hoje uma realidade distinta da vivida no tempo em que Michel Foucault apresentou os conceitos de “governo” e os teóricos da comunicação começaram a considerar o tema ao tratar de Jornalismo. Antes da web 2.0 e dos processos de comunicação por rede social, a sociedade ocupava um *status* de receptor, enquanto os conglomerados e grupos de comunicação atuavam seguramente como emissores da informação. Mas, com o desenvolvimento dos processos participativos, a sociedade passou a ter força de voz comunicacional. Este artigo apresenta um estudo de caso analítico e de narrativa transmídia da repercussão do lançamento do livro *A privatária tucana* e o silêncio da imprensa. Acreditamos que, ainda que não tenha sido tema de abordagem pelos grupos de comunicação em seus primeiros momentos, as redes sociais cumpriram esse papel. Com a conclusão do trabalho, é possível compreender os efeitos comunicacionais a partir das narrativas transmídia e da participação cidadã. Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo. Linguagem. Narrativa transmídia.

## ABSTRACT

Society is now living a different reality from that of the time when Michel Foucault introduced the concepts of “government” and the communication theoreticians began to consider the issue when dealing with journalism. Before Web 2.0 and the communication processes through the social networking, society had the status of a receiver, while communication conglomerates and media groups certainly acted as suppliers of information. But with the development of participatory processes, society gained communicational voice. This article presents a case study of analytical and transmedia storytelling about the impact of the publication of *A privatária tucana*<sup>1</sup> and the silence the press. We believe that, although it has not been the subject of approach by media groups in its first moments, social networks fulfilled this role. With the completion of the work, it is possible to understand the effects of communication from transmedia storytelling and citizen participation.

Keywords: Communication. Journalism. Language. Transmedia storytelling.

## RESUMEN

La sociedad vive hoy una realidad distinta de la vivida en el tiempo en que Michel Foucault presentó los conceptos de “gobierno”, y los teóricos de la comunicación empezaron a considerar el tema al tratar de Periodismo. Antes de la web 2.0. y de los procesos de comunicación por red social, la sociedad ocupaba un estatus de receptor, mientras los conglomerados y grupos de comunicación actuaban seguramente como emisores de la información. Pero, con el desarrollo de los procesos participativos, la sociedad pasó a tener fuerza de voz comunicacional. Este artículo presenta un análisis cualitativo y de narrativa transmedia del lanzamiento del libro *A privatária tucana*<sup>2</sup> y el silencio de la prensa. Creemos que aunque no tuviera un abordaje por los grupos de comunicación, las redes sociales cumplieron este papel. Con la conclusión del trabajo, es posible comprender los efectos comunicacionales a partir de las narrativas transmedia y la comunicación ciudadana.

Palabras clave: Comunicación. Periodismo. Lenguaje. Narrativa transmedia.

Submetido em: 19.9.2012

Aceito em: 15.1.2013

<sup>1</sup> The Portuguese title –*A Privatária Tucana*– makes use of a neologism combining Privatization and Piracy (*Privataria*) and the expression “Tucano”, which is a common nickname given to PSDB party members, after one of the party’s symbols, the Toucan bird. [N. da T.]

<sup>2</sup> El título portugués –*A Privatária Tucana*– hace uso de un neologismo que combina las palabras “privatización” y “piratería” (*Privataria*) y la expresión “Tucano”, que es un apodo común dado a los miembros del partido PSDB, en virtud de uno de los símbolos del partido, el pájaro tucán. [N. da T.]

## Introducción

Desde la industrialización de la información, ocurrida de forma contundente a finales del siglo XIX, el periodismo ha transitado por teorías distintas en el campo de la comunicación. Esta trayectoria fue marcada por momentos de importantes reflexiones teóricas por las diferentes escuelas de la comunicación, que debatían, en su época, el papel de los medios masivos como algo positivo, negativo o un factor sin importancia, comparado con el contenido comunicacional. Entretanto, el concepto de "gobierno" propuesto por Michel Foucault, y que puede ser adaptado en el campo de la "reglamentación" de contenidos periodísticos, pasa a ser cuestionado por corrientes académicas gracias a los efectos de comportamiento de una sociedad que gana poder de voz a partir de la web 2.0, del periodismo ciudadano y de los métodos de lenguaje transmedia difundidos de forma contundente pero no exclusivamente por Dan Gillmor (2005) y Henry Jenkins (2009), respectivamente.

Foucault presenta un concepto de gobierno que, adaptado al periodismo, posiciona los oligopolios y las empresas de comunicación con este estatus, y el concepto de la sociedad repatriada para la condición de receptor. Una relación dictada por reglas que controlan la actividad y, en consecuencia, el

contenido informacional en circulación. Además, esta gobernabilidad define una estructura de poder que posiciona la sociedad como un grupo dominado.

Entretanto, con la llegada de la web 2.0., el poder de las empresas de comunicación quedó debilitado. Ante este nuevo escenario, se tornó necesario revisar conceptos tradicionalmente conocidos, como el de aldea global, de relación entre emisor y receptores o de teorías consideradas sólidas, específicamente las de *agenda setting* y *gatekeeper*, de acuerdo con Nelson Traquina (2004). En contrapartida, la circulación de información por parte del ciudadano pasó a ser una realidad cada vez más presente en el escenario mediático, según Renó y Flores (2012), y lo mismo ocurrió con la regulación sobre lo que debe ser noticia, definiendo, en diversos casos, el contenido de la agenda informacional de acuerdo con los intereses sociales.

Es importante, además, tener en cuenta lo que viene a ser ciudadano, y lo que significa obtener ciudadanía. Estas palabras suenan bien, pero significan mucho más que buenas palabras. Para Adela Cortina (2008, p. 15), "el ciudadano no es vasallo. El ciudadano no es siervo. El ciudadano no es esclavo. Y es muy importante construir comunidades de ciudadanos, de gentes que no son manejadas por otras, que no son manipuladas por otras". Es más, para la autora, el tema ciudadano conlleva dos ideas fundamentales: autonomía y igualdad. Filosóficamente, es un papel del ciudadano compartir con sus conciudadanos sobre lo que es bueno para ellos, en conjunto, en comunidad, como define Aristóteles, en el texto "La política". Por esto, la idea de crear comunidades virtuales para la construcción de la ciudadanía.

Sobre el sueño de poder llegar a una mejor condición de ciudadanía a partir de la producción de información, especialmente con la ayuda de la web, creo que sí, es viable que los grupos populares tengan condiciones de ampliar sus pilares ciudadanos por medio de la web, y esto es un sueño colectivo. De acuerdo con Jesús Martín-Barbero (2008, p. 37), “en Colombia, por ejemplo, están reinventando la democracia desde pequeños municipios, desde barrios, desde emisoras de colegios, pero que es capaz de dar lugar, de dar cabida, a los problemas y a los sueños de los barrios”. Y, aún para Martín-Barbero, es “la hora de poner la comunicación a servicio de la construcción de ciudadanos cada día más capaces de hacerse cargo de sus sociedades”.

De acuerdo con las ideas de Michel Foucault sobre gobierno, y apoyado en teorías contemporáneas de comunicación y participación social, este artículo presenta un análisis cualitativo y de narrativa transmediática sobre la difusión del lanzamiento del libro *A privataria tucana* por la prensa brasileña en finales del 2011. El libro en cuestión, que presenta acusaciones contra el ex gobierno Fernando Henrique Cardoso en sospechas de corrupción, registró la venta de 30 mil ejemplares en menos de 24 horas y, asimismo, no ha recibido mención alguna por parte de los medios nacionales. Pero el caso fue difundido de tal manera por los ciudadanos a través de redes sociales que acabó siendo tema de un reportaje de 10,4 minutos de duración por la TV Record. En el reportaje, la emisora comentó la repercusión del libro en las redes, incluso apuntando que la fuerza social representada en el caso fue responsable por el abordaje del libro por parte de su noticiero. De esa

forma, la gobernabilidad de la información pasó a las manos de la sociedad, y no de los tradicionales “gobernantes de la información”.

Este artículo presenta, a partir de un estudio de caso analítico y apoyado en conceptos de narrativa transmedia, el papel de las redes sociales y la reacción de la prensa brasileña frente a la repercusión del libro *A privataria tucana* a partir de la sociedad. El objetivo del artículo es presentar a la sociedad de investigadores en periodismo un caso que fortalece una nueva condición que puede sostener una necesaria revisión de las teorías de la comunicación, además de representar un nuevo escenario de “gobernabilidad”, demostrando que, una vez más, las posibilidades de la web 2.0 cambiaron el rumbo de la historia en el campo de la comunicación y de las relaciones de poder entre los actores sociales.

### El “gobierno” por Foucault

Gobierno es algo con lo cual convivimos regularmente por una cuestión de administración de la sociedad. Escogemos los gobernantes a partir de procesos “democráticos” o recibimos dictadores para gobernar nuestra vida, nuestras acciones, nuestras decisiones, nuestras propiedades e incluso nuestra cultura. Pero gobernar es más que esto, especialmente para teóricos como Foucault.

El tema del gobierno, para Michel Foucault, construye una reglamentación para los procesos de poder, donde uno es lo que definen y observan la sociedad a partir de los padrones de comportamiento y otros siguen estos padrones de comportamiento. Aun, para Foucault:

Seguramente, en la Edad Media o en la Antigüedad grecorromana, siempre existieron tratados que se presentaban como consejos al príncipe cuanto al modo de si comportar, de ejercer el poder, de ser acepto y respetado por los juditos; consejos para amar y obedecer a Dios, introducir en la ciudad de los hombres la ley de Dios etc. (FOUCAULT, 1979, p. 277 – traducción del autor<sup>1</sup>).

En este mundo de poderes y de gobiernos, Foucault ofrece conceptos específicamente al campo del periodismo. Según el autor, hay estructuras de poder en toda sociedad, algunas con más fuerza, otras ni tan expresivas, pero hay. Para Foucault:

En el fondo en cualquiera sociedad existen relaciones de poder múltiples que atraviesan, caracterizan y constituyen el cuerpo social y que estas relaciones de poder no pueden se disociar, se establecer ni funcionar sin una producción, una acumulación, una circulación y un funcionamiento del discurso. (1979, p. 179 – traducción del autor<sup>2</sup>).

Gobernar, para Foucault, está intrínseco a la sociedad. En todos los procesos existe el estatus de liderazgo y el de liderado. Los procesos de poder existen en la familia, en el trabajo, en la religión, en el arte y,

---

<sup>1</sup> Seguramente, na Idade Média ou na Antiguidade grecorromana, sempre existiram tratados que se apresentavam como conselhos ao príncipe, quanto ao modo de se comportar, de exercer o poder, de ser aceito e respeitado pelos súditos; conselhos para amar e obedecer a Deus, introduzir na cidade dos homens a lei de Deus, etc.

<sup>2</sup> No fundo em qualquer sociedade existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de poder não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar seu uma produção, um acúmulo, uma circulação e um funcionamento do discurso.

por supuesto, en el periodismo. Además, para el autor, esto no es solo una habilidad. Para él, gobernar es “una continuidad ascendente en el sentido en que aquello que quiere poder gobernar el Estado debe primero saber gobernar su familia, sus bienes, su patrimonio. Es esta línea ascendente que caracterizará la pedagogía del príncipe<sup>3</sup>” (FOUCAULT, 1979, p. 281 – traducción del autor). Y complementa diciendo que “cuando un Estado es bien gobernado, los padres de familia saben cómo gobernar sus familias, sus bienes, su patrimonio y por su vez los individuos se comportan como deben” (idem).

En el campo del periodismo, el “gobierno” está en la propia estructura del hacer noticia. En otro momento, cuando escribía la serie “Reportajes de ideas”, Michel Foucault hizo un esfuerzo por seguir el ritmo y el proceso de producción periodística, pero al mismo tiempo escribió en sentido contrario, rompiendo con este acuerdo de gobernabilidad profesional. Además, Foucault, en ese momento, tenía fuertes cuestionamientos sobre la circulación de informaciones e ideas, principalmente sobre la confusión generalizada de valores (ERIBON, 1990, p. 273).

El periodismo es una profesión pautada por una serie de “normas y valores”. Entre ellos, apuntan como algunos de los más destacados el concepto de información y la definición de importancia y relevancia. Además, la labor periodística es constituida por reglas específicas que regulan, incluso, los procedimientos éticos del profesional.

---

<sup>3</sup> Uma continuidade ascendente no sentido que aquele que quer poder gobernar o Estado deve primeiro saber gobernar sua família, seus bens, seu patrimônio. É esta linha ascendente que caracterizará a pedagogia do príncipe.

Gobernar bien, algunas veces (para Foucault), es saber subordinarse a algo para conseguir sus propios objetivos. Como dice el autor, saber gobernar es tener conciencia de que todo esto es fruto de las relaciones empíricas con los otros y que no existe gobierno solitario. De esta forma, el periodismo “gobierna” o es gobernado por terceros que detentan algún poder, sea político, social, económico, religioso o mismo bélico. Un periodista, aunque la teoría proponga otra situación, no tiene libertad incondicional para decir algo que pasó con una importante compañía que hace publicidad en el periódico donde trabaja. Lo mismo pasa con algún político involucrado en denuncias de corrupción que tiene una buena relación personal con el editor, con el director o con el dueño de la compañía.

Entre todas las censuras, la peor es la que corresponde al proceso de autocensura, cuando el periodista legitima la existencia de una estructura de gobernabilidad de su labor y hace lo que quieren los gobernantes en detrimento de la noticia, sin al menos tentar hacerlo pasar adelante. Esto es común en una redacción periodística. En algunos casos, el periodista autocensurado pasa adelante la noticia para que otro compañero, de otro periódico, haga su papel de difusor de la información.

Pero, a partir de la web 2.0, este tipo de problema ha pasado a tener otra solución. La sociedad vive, hoy, un surgimiento de blogs con contenidos informativos producidos por profesionales periodistas, que publican en sus páginas web personales las noticias que no podrían publicar en el periódico en que trabajan. Algunos asumen su identidad real, pero otros, por seguridad laboral, crean nombres ficticios y siguen escribiendo.



Lo mismo pasa con la sociedad, que accede al estatus de media. Por las redes sociales y la blogosfera, “nosotros somos los media”, parafraseando Dan Gillmor (2005), para quien la sociedad hoy tiene el poder de difusión de la información de igual manera que los periódicos, pues los actores sociales se agrupan por redes de conocimiento e interés (CASTELLS, 1999) y hacen circular la información a través de su grupo personal. Sus pares sociales reciben la información de alguien que, de cierta manera, cuenta con la credibilidad del grupo y difunden el mensaje. Además, en estos procesos no hay una preocupación con respecto a la propiedad de la información. Lo importante es difundirla. Entonces, de esta forma, gana espacio en los media con una velocidad considerablemente alta, en especial cuando lo hacen por procesos transmediáticos (RENÓ, FLORES, 2012), siguiendo una tendencia contemporánea de lenguaje.

### Sobre narrativa transmedia

Narrativa transmedia es un tema que viene siendo discutido por la academia con frecuencia e relevancia. El tema gana fundamental importancia por no ser solamente una estrategia narrativa. Según Renó y Flores (2012, p. 93), transmedia significa hoy un nuevo concepto de lenguaje, o un nuevo lenguaje propiamente. Además, es un lenguaje contemporáneo para la sociedad contemporánea, hecho no solo para la sociedad, sino también por ella, y con multiplicidad de discursos y plataformas.

El término *narrativa transmedia* ha surgido a partir del concepto de dialogismo y de polifonía, de Mikail Bakhtin (1997), pero su primer uso fue por Stuart Saunders Smith, en 1975, como Trans-media Music. Para

Smith, juntar distintos fragmentos musicales de ritmos diversos y por instrumentos diferentes sería una nueva música. Después, con Marsha Kinder (1991), surge el término *intertextualidad transmedia*, más próximo a lo que conocemos hoy en día. En seguida, Henry Jenkins (2009) comienza a presentar el concepto de *transmedia storytelling*, o narrativa transmedia, que presenta algunos factores decisivos, como el de la interactividad y de movilidad. Además, es importante considerar los procesos de distribución de los contenidos, frecuentemente transformados por los usuarios a partir de procesos de edición (RENÓ; FLORES, 2012).

Los autores también definen que la condición de *crossmedia* es distinta de la de *transmedia*. *Crossmedia* sería una repetición del mismo mensaje, adaptada para distintos medios, mientras narrativa transmedia consiste en producir mensajes distintos para distintos medios. La suma de estos mensajes proporciona otro mensaje, amplio, interpretativo y participativo.

Henry Jenkins también presenta una definición de narrativa transmedia, pero utiliza conceptos de entretenimiento y/o ficción, aunque sirve para explicar otras formas de narrativa, como la de realidad. Para ello:

Narrativa transmedia si desarrolla a través de múltiples soportes mediáticos, con cada nuevo texto contribuyendo de manera distinta y valiosa para el todo. En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que hace mejor – a fin que una historia pueda ser introducida en una película, ser expandida para la televisión, novelas y HQ; su universo pueda ser explorado en videojuegos o experimentado como atracción de un parque de diversiones. (JENKINS, 2009, p. 135 – traducción del autor<sup>4</sup>).

---

<sup>4</sup> Narrativa transmídia se desenvolve através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de

El tema también es presentado por Carlos Scolari, que cuestiona la fuerza de la televisión frente a esta nueva realidad. Para el autor, si no hacemos estas preguntas para procurar respuestas satisfactorias tendremos problemas comunicacionales en pocos años. Para él:

¿Dónde se reubica la televisión en el ecosistema mediático? ¿Cómo se posiciona respecto a los ordenadores o los teléfonos móviles? ¿Cómo se crea socialmente el significado de la televisión en la era de las pantallas interactivas? (SCOLARI, 2008, p. 235).

Una prueba de la pérdida de fuerza por parte de los medios tradicionales frente a los nuevos medios, o estructuras narrativas, podemos ver en ejemplos como el del libro *A privatária tucana*, entre otros de tan buena expresividad, dentro y fuera del país, como apunta Dan Gilmore (2005) en su libro refiriéndose a la circulación de una fotografía digital por la internet estadounidense y que después fue vista en una protesta en Oriente Medio. La sociedad ha decidido lo que debería aparecer en las pantallas televisivas, es decir, lo que debe estar en la *agenda setting*. En verdad, lo que pasó es una confirmación de lo que defiende Gilmore (2005), para quien la sociedad ha cambiado para el estatus de “seres medio”. Una sociedad que ha dejado de ser fuente de información para los periodistas para asumir el papel de productores de contenido (RENÓ, FLORES, 2012). Una sociedad

---

maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida em um filme, ser expandida para a televisão, novelas e HQ; seu universo possa ser explorado em videogames, ou experimentado como atração de um parque de diversões.

constituída de prosumidores, es decir, personas que no se limitan a consumir información, sino que también producen contenidos. Paul Levinson (2012) vuelve a presentar el tema pero de otra manera, llamando los ciudadanos contemporáneos de *new new citizens*, pues son los que producen y divulgan informaciones y contenidos mediáticos en sus redes sociales.

### *Privataria Tucana* en la red social

El libro *Privataria Tucana* es, de alguna manera, objeto de estudio del artículo. No nos interesa el contenido del libro, pues aunque sea relevante no es la propuesta de la investigación. El propósito del texto es analizar y presentar los procesos de comunicación y circulación de información sobre la existencia del libro por la sociedad, pues la prensa no cumplió la tarea de difundir la publicación del periodista brasileño Amaury Ribeiro Junior, aunque el tema resultaba relevante como noticia de interés general.

*A privataria tucana* es un libro que vendió 30 mil ejemplares en menos de 24 horas, agotando la edición. El contenido del libro presenta denuncias de corrupción en los procesos de privatización en el segundo período del gobierno Fernando Henrique Cardoso (1999-2002) a partir de documentos oficiales y conseguidos de forma totalmente lícita. Se trata de periodismo de precisión, investigativo, que presenta a partir de un largo trabajo denuncias que van en contra del interés de una parcela importante de la sociedad brasileña, entre ellos algunos medios de comunicación. Por esta razón, no salió en ninguno noticiero, en radios, en Internet y, por supuesto, nadie de la prensa hizo algo sobre el tema. Quedó relegado casi al ostracismo. La noticia jamás debería ser la ven-

ta de 30 mil ejemplares de un libro en 24 horas, más aun si consideramos el inexpresivo índice de lectura anual de los brasileños, no superior a 4,7 libros al año. Si, podría ser una noticia. Pero la verdadera noticia debería ser el contenido del libro que vendió 30 mil ejemplares en 24 horas, pues el tema era de interés para la sociedad brasileña, que podría conocer otras denuncias de corrupción involucrando políticos del país. Nada apareció en la prensa.

Asimismo, la sociedad jugó su papel. Con apoyo de las redes sociales, especialmente Twitter y Facebook, brasileños promovieron la circulación de información sobre el lanzamiento del libro que fue imposible tomar cuenta de lo que se pasaba, al menos de alguna manera. Además, contra las leyes PIPA<sup>5</sup> y SOPA<sup>6</sup> (ahora ACTA<sup>7</sup>), ciudadanos cumplieron su papel y aprovecharon lo que la red tiene de más valioso, que es la libertad para hacer circular y compartir conocimientos. Internautas hicieron copias digitales del libro en igual menos de 24 horas y publicaron en internet toda la obra en PDF en el segundo día. Para promover la distribución de la copia digital a los interesados, publicaron el link en el Facebook y en Twitter, haciendo que el libro íntegro quedara disponible para los interesados. El agotamiento de las copias de la primera edición no sería más un problema

---

<sup>5</sup> La ley PIPA – Protect Intellectual Property Act – fue propuesta para controlar los derechos del autor en Estados Unidos, pero no fue aprobada.

<sup>6</sup> La ley SOPA – Stop Online Piracy Act – fue propuesta para controlar los derechos del autor en Estados Unidos, pero no fue aprobada.

<sup>7</sup> La ley ACTA – Anti-Counterfeit Trade Agreement – existía en Estados Unidos y era adoptada para controlar las patentes de medicamentos, pero fue ajustada para cubrir también cuestiones de derecho de autor en el país.

(seguramente, otras ediciones se agotarán, aunque con menos velocidad).

Al tercer día, ya totalmente público para la sociedad, al menos para los conectados y politizados, la emisora de televisión TV Record, la segunda en audiencia en el país, acabó haciendo un reportaje para televisión (su principal noticiero de televisión, exhibido en horario noble de la noche). Hasta ahí nada de especial. Lo que llama la atención es que el reportaje tenía 10 minutos y 40 segundos, mientras el tiempo normal para un reportaje de televisión no supera 1,5 minutos. Además, en el reportaje, el noticiero justifica la producción del material por la circulación del tema por redes sociales, aunque la prensa brasileña ha ignorado totalmente el caso.

Según el periodista que hizo el reportaje, Luiz Fara Monteiro, durante su realización, declara:

Nosotros conversamos hoy con representantes de la Geração Editorial, que ha publicado el libro, y ellos confesaron que no tuvieron tiempo de reforzar el acervo en las librerías así que empezó la gran polémica, el gran comentario sobre el libro, aun en las redes sociales, antes del lanzamiento del libro<sup>8</sup>.

Es más, según el periodista, durante el reportaje, los profesores universitarios y científicos sociales brasileños consideraron que a partir del lanzamiento del libro en el país se demostró que ha cambiado la relación entre los grandes media y la sociedad. Este tema ya fue presentado por Gillmor (2005) no solo al definir la sociedad como los “seres medio”, sino también al presentar la siguiente propuesta:

---

<sup>8</sup> De acuerdo con el reportaje producida por la TV Record y reproducida por red social. Disponible en [http://www.youtube.com/watch?v=3dRZM6\\_xCmM](http://www.youtube.com/watch?v=3dRZM6_xCmM). Acceso en: 28 feb. 2012.

Este capítulo llama la atención para dos grupos. Primero, las personas que se tienen mostrado activas, por su cuenta y riesgo, mismo antes del periodismo cívico tener sido puesto a la disposición de todos. Son los tradicionales autores de cartas al director, dedicados y activos, habitualmente a nivel local. Ahora pueden escribir en blogs, organizar grupos y, en general, provocar agitación sobre las cuestiones, políticas u otras, que los interesan. Una vez que sepan hasta donde pueden ir en el sentido de ultrapasaren las fuentes tradicionales de información y de influenciaren el proceso periodístico, tendrán creciente impacto por quedaren, más que antes, involucrados en un dialogo alargado. (GILLMOR, 2005, p. 142 – traducción del autor<sup>9</sup>).

El autor deja claro en el texto que la sociedad tiene la fuerza, a partir de su movilización por los caminos contemporáneos, como la blogosfera y las redes sociales, denominados en el texto como grupos (aunque Gillmor empieza a justificar por herramientas convencionales, como la carta al director). Y el caso *A privataria tucana* refuerza la idea que él defiende en su texto.

Además, como que para reforzar lo que dice Gillmor, el periodista Leandro Fortes declara, en el mismo reportaje, la invisibilidad del libro para la gran prensa.

---

<sup>9</sup> Este capítulo chama a atenção para dois grupos. Primeiro, as pessoas que se mostraram ativas, por sua conta e risco, mesmo antes do jornalismo cívico ter sido posto à disposição de todos. São os tradicionais autores de cartas ao diretor, dedicados e ativos, habitualmente a nível local. Agora podem escrever em blogs, organizar grupos e, em geral, provocar agitação sobre as questões, políticas ou outras, que lhes interessam. Uma vez que saibam até onde podem ir no sentido de ultrapassarem as fontes tradicionais da informação e de influenciarem o processo jornalístico, terão crescente impacto por ficarem, mais que antes, envolvidos em um diálogo estendido.

Y un otro fenómeno, que es el fenómeno dentro del fenómeno, es que un libro como este, que vende como pan caliente, que tiene una repercusión expresiva en las redes sociales, Twitter, Facebook, en la internet, simplemente se torna invisible para la gran media. Para la llamada gran media. Una media vieja, que está viviendo en absoluta desconexión de la realidad<sup>10</sup>.

Sobre el tema, Renó y Flores (2012) declaran que a partir de las redes sociales los ciudadanos construyen sus procesos comunicacionales con fuerza suficiente para sostener los temas que a ellos les resultan interesantes. Lo mismo consideran Oscar Espiritusanto & Paula Gonzalo Rodríguez (2011, p. 15), para quienes:

La participación de los usuarios en el ámbito de la comunicación varía dependiendo de sus necesidades y motivaciones básicas. No hay duda que el periodismo ciudadano cuenta con una serie de ventajas, como la herramienta para la comunicación y la colaboración frente a los medios tradicionales. En ciertas situaciones es más rápido y notablemente más económico, ya que permite tener a numerosos potenciales reporteros en cualquier parte del mundo a bajo coste.

Con todo, percibimos que la gobernabilidad propuesta por Foucault no es una realidad mediática a partir del surgimiento de las redes sociales y de posibilidades 2.0 de producir contenidos para la web. Los ciudadanos transformaron el espacio digital en un campo sin gobiernos, donde la sociedad tiene el poder de definir lo que debe ser tema del periodismo para una real democracia: establecido por la mayoría ciudadana.

---

<sup>10</sup> Disponible en: [http://www.youtube.com/watch?v=3dRZM6\\_xCmM](http://www.youtube.com/watch?v=3dRZM6_xCmM). Acceso en: 28 feb. 2012.



En el caso del libro *A privataria Tucana* quedó clara la fuerza ciudadana. Los *gatekeepers* de los procesos comunicacionales –al menos de la TV Record– fueron los usuarios de las redes sociales, que definieron lo que debería hacer parte de la *agenda setting* de dos días después en los noticieros de la emisora. Incluso, de acuerdo con Renó y Flores (2012), a partir de las narrativas transmedia la sociedad pasó a presionar por las circulaciones de información lo que debería ser considerado relevante e importante para “las páginas de los periódicos”, aunque mucha gente no sepa más que viene a ser una página de verdad, pues están acostumbrados a páginas digitales.

Pero, también es fundamental considerar los intereses de la TV Record en esa producción del reportaje, pues el tema fue responsable por una audiencia resultante de una noticia que podría ser exhibida sin problemas políticos, ya que la emisora no tiene los mismos vínculos políticos que la competencia y de otros medios. Por lo contrario, la emisora tiene, de alguna manera, un vínculo político con el PT, partido que tenía total interés en esa noticia.

## Consideraciones

A partir de ambientes digitales de posibilidades 2.0, es decir, la participación y la interactividad para ciudadanos que asumen el estatus de prosumidores, se torna necesario incluso revisar algunos conceptos provenientes de las tradicionales teorías de la comunicación, en las cuales el estatus del receptor asume una condición de sumisión y los medios ganan un poder absoluto en los procesos de definición de agenda.

Otros cambios, a partir de casos como el libro *A privataria Tucana*, están directamente relacionados

con el concepto de poder. Fenómenos que antes dependían de condiciones económicas y oficialmente ideológicas, hoy sólo necesitan, para hacerse patentes, unas condiciones de relaciones humanas, de redes de contactos y unos niveles mínimos de conocimiento de tecnologías que se encuentran disponibles gratuitamente en internet, como las redes sociales y la blogosfera. En estos espacios, el poder comparte las condicionantes tradicionales con las nuevas apuntadas aquí.

Otro punto que quedó claro en este estudio fue la capacidad humana de hacer, de reconstruir, de redefinir los procesos comunicacionales. Efectivamente, nosotros somos los medios, como defiende Dan Gillmor. Y más: nosotros hacemos los contenidos para los medios, definimos lo que deben contener los medios. En verdad, ahora nosotros tenemos nuestros medios, claro que en ambientes digitales (no disponibles para todos los estratos, pero cada día con más adeptos de otros niveles sociales y culturales).

En este sentido, tenemos en cuenta los estudios de Renó y Flores apuntados aquí, sobre transmedia. En estos estudios, queda claro que las narrativas transmedia no son algo que vamos a vivir en el futuro solamente, aunque ese futuro comunicativo sea inevitable. Esta es una realidad en que nosotros, los periodistas vivimos hoy, y aprendemos a convivir, a trabajar con ellas a cada día. Podemos confirmar esta realidad a partir del caso *A privataria tucana*.

Una sociedad aparentemente débil, sin fuerza mediática (además porque no tiene, aparentemente, ningún conglomerado mediático de cobertura nacional), fue capaz de definir lo que el segundo canal de televisión del Brasil, un país con más de 190 millones

de habitantes, lo que debería ser tema de un reportaje. Y más: lo que hicieron tuvo tanta fuerza que llevaron los periodistas de la emisora a producir un reportaje de más de 10 minutos de duración, mientras el normal es de nada superior a 1,5 minuto en televisiones del país. Además, la fuerza ciudadana a partir de las redes sociales fue tan expresiva que los periodistas que hicieron el reportaje declararon la importancia de la movilización para la producción del material.

*A privatária Tucana* es un libro que cambia la forma de considerar el poder mediático en Brasil y, ojalá, en otros países del mundo. Además, es una obra en la cual lo menos importante para nosotros, investigadores en comunicación social, es su contenido. Esto nos importa como ciudadanos, pero como investigadores lo que tiene más relevancia fue la capacidad de movilización y circulación de contenido por parte de los actores sociales. Esto, seguramente, exige un cambio de teorías, o una reconsideración de las mismas, como defiende Scolari (2008) al presentar los conceptos de hipermediaciones como una revisión de las tradicionales teorías de la comunicación. Si, seguramente, tendremos que revisarlas.

## Referencias

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORTINA, A. **Ética de los medios y construcción de ciudadanía**. Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias. Loja: Padre Reus, 2008. p. 15-32.

ERIBON, D. **Michel Foucault: uma bibliografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

ESPIRITUSANTO, O.; GONZALO RODRIGUEZ, P. **Periodismo ciudadano**: evolución positiva de la comunicación. Madrid: Fundación Telefónica/Ariel, 2011.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FOUCAULT, M. Les reportages d'ideés. In: DEFERT, D.; EWALD, F.; LAGRANGE, J. (Eds.). **Dits et Écrits**. Paris: Gallimard, 1984.

GILLMOR, D. **Nós os media**. Lisboa: Presença, 2005.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEVINSON, P. **New new media**. New York: Penguin, 2012.

KINDER, M. **Playing with power in movies**. Television and video games: from Muppet Babies to teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California, 1991.

MARTÍN-BARBERO, J. **Los medios, constructores de la ciudadanía**. Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias. Loja: Padre Reus, 2008. p. 33-37.

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

SCOLARI, C. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

TRAQUINA, N. **O estudo do Jornalismo no século XX**. Porto Alegre: Unisinos, 2004.

## DIVERSIDADE DE MODELOS NARRATIVOS PARA DOCUMENTÁRIOS TRANSMÍDIA

Denis Renó\*

**Resumo:** Este artigo apresenta uma definição de modelos para a produção de documentários transmídia a partir de um estudo de caso múltiplo de caráter analítico. Para tanto, foram analisadas três obras documentais de formatos distintos, mas relacionados às especificidades definidas pela narrativa transmídia. Com os resultados apresentados, espera-se orientar produtores e investigadores para o desenvolvimento de novos olhares.

Palavras-chave: Comunicação, audiovisual, narrativa transmídia, documentário transmídia, documentário, linguagem.

**Resumen:** Este artículo presenta una definición de modelos para la producción de documentales transmedia a partir de un estudio de caso. Se analizan tres obras documentales de formatos distintos, pero relacionados con las especificidades definidas por la narrativa transmedia. Con los resultados presentados, se espera orientar a productores e investigadores en el desarrollo de nuevas perspectivas.

Palabras clave: Comunicación, audiovisual, narrativa transmedia, documental transmedia, documental, lenguaje.

**Abstract:** This article proposes models for the production of transmedia documentaries through multiple case studies and an analytical approach. I analyzed three documentaries from different formats, but all related with specificities of a transmedia storytelling. With the results presented we expected to guide producers and researchers in the development of new looks.

Keywords: Communication, audiovisual, transmedia storytelling, transmedia documentary, documentary, language.

**Résumé:** Cet article présente une définition de modèles pour une production de documentaires transmídia avec l'étude de caractère analytique de cas multiples. Pour cela, on a analysé trois documentaires de formats différents, mais liés aux spécificités définies pour une narration transmídia. Les résultats présentés devraient pouvoir guider les producteurs et les chercheurs pour développer de nouveaux "looks".

Mots-clés: Communication, audiovisuel, transmídia storytelling, transmídia documentaire, langue.

---

\* Universidade Estadual de Ponta Grossa, Programa de Mestrado em Jornalismo, Departamento de Jornalismo, 84030-900 Ponta Grossa, Paraná, Brasil. E-mail: denisreno@me.com

Submissão do artigo: 22 de junho de 2013. Notificação de aceitação: 26 de agosto de 2013.

*Doc On-line*, n. 14, agosto de 2013, [www.doc.ubi.pt](http://www.doc.ubi.pt), pp. 93 - 112

## **Introdução**

A sociedade contemporânea convive atualmente com um novo modelo de linguagem que oferece conteúdos expansíveis e independentes entre si distribuídos por uma estrutura multi-linguagem: a narrativa transmídia. Porém, mesmo que academicamente consolidada como linguagem, a narrativa transmídia ainda apresenta o desafio de estudos sobre sua aplicabilidade nos diversos gêneros comunicacionais existentes, entre eles o documentário.

Para pensar no documentário transmídia é necessário antes resgatar o documentário interativo, suas limitações e possibilidades, assim como os métodos existentes para sua produção. Esse resgate se justifica pela familiaridade existente entre os dois modelos de documentários. O primeiro, interativo, propõe a oferta de conteúdos expansíveis e navegáveis, assim como uma participação – ainda que limitada - na reconstrução narrativa. O segundo, transmídia, tem as mesmas propostas, mas também apresenta a multiplicidade de plataformas de linguagem e uma diversidade de mensagens independentes entre si, mas relacionadas uma com a outra. Nesse aspecto, também entram estruturas narrativas que proporcionam uma melhor circulação da obra por redes sociais. Trata-se de um documentário composto por diversos micro-documentários.

Nesse arcabouço de detalhes é necessário compreender e levar em consideração conceitos fundamentais para a produção de obras documentais transmídia (além da definição do próprio subgênero), entre eles a narrativa navegável possibilitada pela hipertextualidade e hipermedialidade. Também é fundamental compreender as diferenças entre cross-media e transmídia, pois ainda que semelhantes essas duas palavras significam finais distintos. Por fim, é fundamental entender o que é interatividade e, neste sentido, observar os estágios de evolução

entre o documentário interativo e o mesmo gênero a partir da narrativa transmídia.

Este artigo apresenta um estudo de caso múltiplo analítico de três obras do gênero documentário que apoiam suas narrativas nos conceitos do *transmedia storytelling*. Das três obras, duas delas foram produzidas em ambientes digitais (*Galego-português*<sup>1</sup> (2013) e *Calles perdidas*<sup>2</sup>(2013)), e a terceira (*Morreu o Demo, acabou a peseta*<sup>3</sup> (2012) a partir de plataformas analógicas. Essa diversidade de plataformas tecnológicas demonstra que a tecnologia não assume papel imprescindível na construção da narrativa transmídia, pois trata-se de uma construção de linguagem, e não de um discurso meramente tecnocêntrico.

Neste estudo são propostos modelos básicos de produção de documentários transmídia. O objetivo é oferecer subsídios a produtores de documentários para que estes possam experimentar suas obras no campo do *transmedia storytelling*.

### **Conceitos e modelos**

O primeiro termo a ser compreendido é o próprio documentário transmídia, pouco conhecido pela atualidade de sua existência. Entretanto, o documentário em suas origens era transmídia (Renó, 2013), num momento em que os documentaristas realizavam expedições de exploração e em seguida preparavam exposições foto-documentais com diversidade

---

1) Disponível em: <http://www.denisreno.wix.com/galegoportugues>. Consultado em 19/06/2013.

2) Disponível em: <http://www.documedia.com.ar/callesperdidas/>. Consultado em 19/06/2013.

3) Disponível em: <http://www.ouff.org/web/index.php/content/view/5569/393/lang.galician/>. Consultado em 19/06/2013.

de plataformas de comunicação. O documentário transmídia resgata essa essência original do registro documental, proporcionando ao usuário uma navegação (analógica ou digital) por múltiplos espaços e linguagens comunicacionais que ampliam o processo cognitivo. Trata-se de um novo formato de produção que não exclui nem invalida o tradicional. Apenas oferece uma nova condição para o espectador/usuário e um novo desafio para o produtor, que agora deve pensar na obra como algo amplo, além da linguagem audiovisual.

Mas é de fundamental importância a compreensão sobre hipertexto, hipermídia e interatividade antes de pensar em observar o documentário transmídia, pois estes termos estão diretamente relacionados à construção narrativa deste que podemos definir como subgênero comunicacional, derivado do documentário tradicional e de outros gêneros, até mesmo pela característica que marca a narrativa transmídia.

Hipertexto e hipermídia são termos que demonstram um processo de desenvolvimento do primeiro. Hipermídia deriva do hipertexto, diretamente, e são relacionados entre si com os mesmos princípios de linguagem, modificando apenas os formatos de “textos” utilizados (Bakhtin, 1986). O termo hipertexto foi definido por Ted Nelson (Landow, 2009) e refere-se à construção narrativa expansível, navegável, que conecta discursos textuais por nós neurais. A ideia é ampliada por Aspen Aarshet (2005: 95) como “ferramenta para a mente” por sua capacidade de criação de novas estruturas a partir da navegação pelos nós neurais.

Já o termo hipermídia difere do anterior pela sua estrutura multiplataforma (Landow, 2009), que oferece a conexão entre discursos textuais, sonoros, audiovisuais, imagéticos e outros mais, como animação, infográficos etc, também por nós neurais e caminhos navegáveis, denominado por alguns autores como multimídia. Entretanto, George Landow (2009) discute a pertinência de se adotar nos dias de hoje o termo



multimídia (analógicos) por considerar que os processos criativos e de produção neste caso são divergentes dos adotados desde o advento do digital, que para ele recebe o nome de hipermídia. São termos parecidos mas, segundo o autor, merecem diferenciação. Tal ideia é complementada por Tony Feldman (1995: 48) como “a integração sem suturas de dados, textos, imagens de todas as espécies e sons dentro de um ambiente de informação”.

Neste aspecto de semelhança de termos e significações, há uma constante confusão de interpretação entre dois termos parecidos, mas divergentes: *cross-media* e transmídia. Enquanto o primeiro representa a construção de uma estratégia comunicacional que consiste na distribuição de um mesmo discurso adaptado em diversas plataformas, o segundo propõe a construção de conteúdo expansível a partir de diferentes discursos – independentes entre si - por distintas plataformas e que em conjunto constroem um novo discurso (Renó, 2013). Tal confusão é prevenida por Henry Jenkins (2001), que imaginava em um determinado momento esse nivelamento de significados por parte de correntes teóricas. Realmente, são nomes que sugerem resultados iguais, mas na realidade possuem significados e aplicações divergentes.

Finalmente, um termo fundamental para compreender o documentário transmídia é a interatividade. Ainda que conhecido e difundido, o termo enfrenta diferenças de interpretação por diversos teóricos, e ainda há correntes que discordam de sua existência, como o brasileiro Alex Primo (2007), para quem o correto é interação, ou seja, ação entre pessoas. Entretanto, Renó (2011) defende que interatividade é um termo correto também, pois o mesmo se refere à atividade do homem com a máquina. O teórico Andrew Cameron (*apud* Shaw, 2005: 372) propõe uma maneira bastante simples e eficaz de se compreender em que consiste a interatividade. Segundo o autor, em processos interativos o

usuário consegue obter novas experiências através de novos caminhos. Trata-se de uma reconstrução constante de novas estruturas de leitura a partir dos interesses e das decisões dos usuários. Porém, Lev Manovich (2005) propõe que dentro das diversas possibilidades interativas existem níveis distintos a partir de sua capacidade de participação. Para o autor, que define esses níveis basicamente como abertos e fechados, a interface é fundamental nesse processo.

### **Multi-hiper-trans**

Ainda que denominado pelo próprio realizador Fernando Irigaray e o grupo coordenado pelo mesmo na Universidade Nacional do Rosário (Rosário, Argentina) como um documentário multimídia interativo, a obra *Calles perdidas* possui uma aproximação ao transmídia em diversos aspectos. O mais expressivo deles é a multiplataforma de conteúdos, cada um com discursos complementares e interligados entre si. Encontramos textos, fotos e vídeos, além de infográficos e linha do tempo com visualização animada. Os vídeos foram publicados no Youtube (Imagem 02), o que determina parte de sua distribuição por redes sociais, como define como requisito Vicente Gosciola (Renó e Flores, 2012). Entretanto, para que o documentário seja essencialmente transmídia, falta a possibilidade de circular por redes sociais a partir dos usuários.



Imagem 01: Interface principal documentário “*Calles perdidas*”.

No que se refere à interface, o documentário apresenta um conceito simples e que constrói a relação entre o usuário e o conteúdo a partir do que Manovich (2005) denomina como interface arbórea (Imagem 01). Porém, distribui a navegação de maneira vertical, o que segue na contramão da usabilidade de dispositivos móveis (Renó, 2013). Ainda assim, é de simples navegação e atende ao que Carlos Scolari (2004) define como interface semio-cognitiva.

Um problema sobre a questão técnica foi apresentado na construção da interface para dispositivos móveis (Imagem 02). A distribuição espacial não contempla tablets e smartphones da Apple, o que é ruim para a acessibilidade. Entretanto, isso é de fácil solução e considero que

o objetivo do estudo foi desenvolver linguagem e não tecnologia e, neste sentido, a obra cumpre seu papel de maneira eficaz.

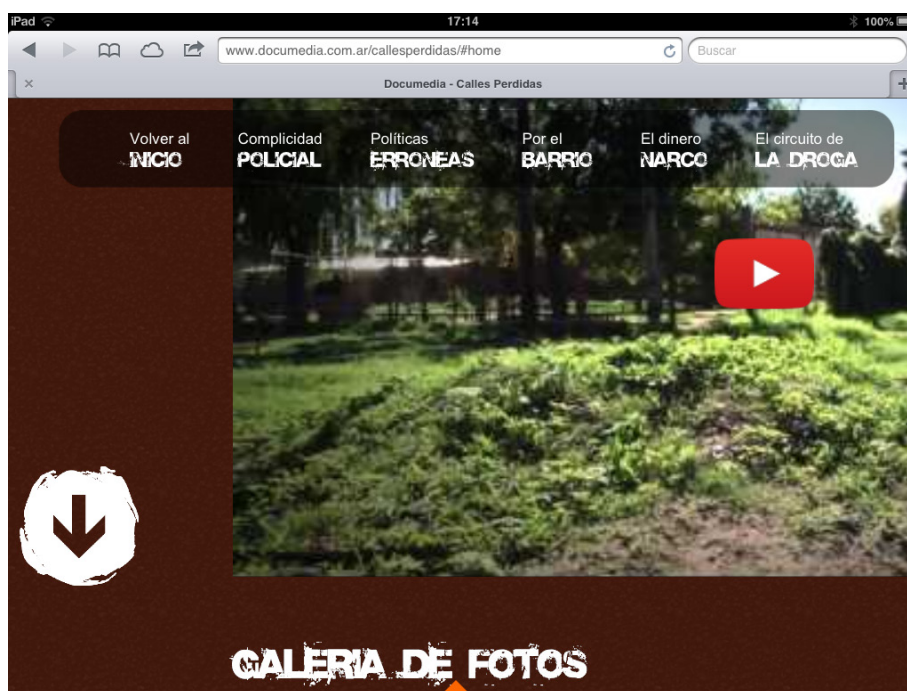


Imagem 02: Problema de ajuste de interface para dispositivos Apple.

A obra se enquadra no modelo definido neste trabalho como **estruturado**, ideal para documentários de caráter jornalístico. Nesse sentido, *Calles perdidas* alcança seu objetivo com êxito, pois oferece conteúdo informativo reflexivo e com dados resultantes de investigação jornalística. Além disso, o usuário navega pelo conteúdo para obter informações sobre algo, não em busca de entretenimento e, por isso mesmo, não se incomoda com o sistema de navegação vertical. O formato estruturado é menos navegável e expansível, ainda que ofereça certo

nível de interatividade. É recomendável para conteúdos jornalísticos por não permitir que o processo cognitivo confunda-se com uma experiência essencialmente lúdica.

### **Transmídia “analógico”**

Um grupo de produtores audiovisuais de Santiago de Compostela (Galícia) que integra a Tintiman Audiovisual lançou, no final de 2012, o documentário audiovisual *Morreu o Demo, acabou-se a peseta*, legendado em sete idiomas e que discute a história do personagem da cultura popular galega Barriga Verde, representado por teatro de fantoches (títeres).

Naquele momento, uma das produtoras da obra, Comba Campoy, participou de uma oficina sobre narrativa transmídia realizado pela Universidade de Santiago de Compostela em parceria com o grupo Real - Code (Rede Europa, América Latina de estudos sobre Comunicação e Desenvolvimento), e dessa oficina surgiram ideias de reformular o projeto do documentário. As mudanças caminharam para a construção de uma narrativa voltada aos conceitos do *transmedia storytelling* com apoio em espaços, discursos em ambiente digital e em espaços analógicos.



Imagem 03: Livro documentário transmídia *Morreu o Demo, acabou a peseta*.

Além do documentário em plataforma audiovisual, que contou com participações em diversos festivais europeus desde sua estreia, a obra ganhou novas plataformas. O documentário passou a ser construído com um livro sobre a história do personagem Barriga Verde (Imagem 03), um pôster caricato sobre os personagens da tradição (Imagem 04), o documentário audiovisual em formato DVD e ainda constam no projeto a criação de um videogame sobre o Barriga Verde e páginas no Facebook

que contam e dão vida aos personagens do documentário e serão lançados até o final de 2013.



Imagem 04: Pôster sobre personagens do documentário transmídia.

Por fim, a obra foi divulgada com um trailer publicado na rede social audiovisual Vimeo.<sup>4</sup> A escolha por essa rede social audiovisual surgiu pela qualidade de imagem oferecida, ainda que a página seja menos popular que o Youtube.

O documentário está posicionado em uma condição interessante quando comparados com os exemplos estudados. Sua origem está no documentário tradicional, mas ganha força na narrativa transmídia para terminar de contar a história que não coube no DVD e nem na narrativa audiovisual desenvolvida. Para tanto, busca uma maior participação e experiências de navegação cognitiva pelos conteúdos oferecidos. Além disso, busca uma consolidação como produto documental informativo e lúdico ao mesmo tempo graças à estratégia de construção de um videojogo.

Esse modelo é definido por este estudo como **análogo-digital**, pois valoriza essas duas condições como fundamentais para a construção narrativa ideal. Consiste em mesclar os dois formatos em uma única produção, considerando estratégias e linguagens dos dois na construção narrativa. Por essa razão, ao assistir ao documentário em DVD percebemos que a estética adotada é apropriada para exibição em telas maiores que em um tablet ou smartphone.

Essa estratégia pode ser adotada na adaptação e/ou ampliação de obras documentais tradicionais para a narrativa transmídia e, dessa maneira, ampliar a circulação da informação oferecida e propor uma segunda vida à história produzida anteriormente.

---

4) Disponível em: <http://vimeo.com/45668248>. Consultado em 20/06/2013.



## **Exploratório transmídia**

Um terceiro exemplo de documentário transmídia é a obra *Galego-português*, que aborda a relação cultural e idiomática existente entre galegos e portugueses. Relação que surge nos primórdios das duas regiões e está presente atualmente entre os cidadãos desses rincões, especialmente do norte português.

Porém, a construção desse documentário foi experimental e levou em consideração princípios fundamentais para a narrativa transmídia. Quase todo o documentário foi produzido a partir de dois dispositivos móveis: um iPad 2 e um iPhone 4, desde o roteiro de pré-produção até a edição de fotografias e do vídeo. Dessa maneira, foram contempladas as preocupações sobre mobilidade propostas por Marc Augé (2007) e também por Paul Levinson (2012), para quem os “novos novos cidadãos” constroem espaços dos “novos novos meios” e possuem uma especial relação com seus dispositivos móveis.

Efetivamente, a produção total ou quase em sua totalidade a partir de dispositivos móveis não é uma condição para que o conteúdo seja transmídia e nem o transforma em tal narrativa. Entretanto, a opção por essa forma de produção foi igualmente posta como desafio do experimento que, também, considerou a distribuição e a opinião de participantes via Facebook e obteve resultados positivos. Na ocasião, 53 pessoas confirmaram a participação, sinalizando uma aprovação da proposta, além de nove comentários sobre a obra, todos positivos também. Ainda que o número seja inexpressivo, o fato de receber esse *feedback* em menos de cinco horas depois da publicação sinaliza uma força importante nas redes sociais.

O documentário levou em consideração os princípios citados anteriormente neste texto sobre a origem da produção documental a

partir da fotografia (Renó, 2013) e, para isso, construiu uma “instalação documental” na internet reunindo em uma única página todos os conteúdos. Para tanto, foi adotada como tecnologia de produção da página o aplicativo grátis Wix.com, que oferece tecnologia HTML5 na construção, e o aplicativo também gratuito ThingLink.com, que possibilita a instalação de links dentro de uma imagem. Com isso, tornou-se possível a produção de uma interface navegável e sem barra de rolagem, permitindo ao usuário uma navegação tátil e centrada na visualização geral (Imagem 05).

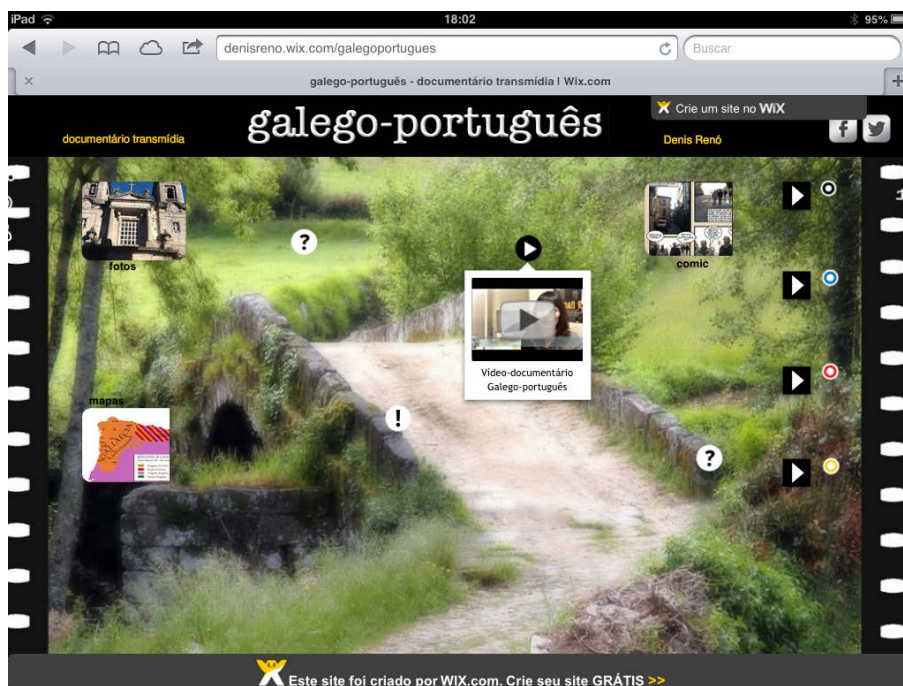


Imagem 05: Interface do documentário *Galego-português*.

Nesta composição, foram produzidos um vídeo documental que reuniu declarações de galegos, portugueses, espanhóis e brasileiros

sobre a relação existente entre as duas culturas. O vídeo foi produzido pelos dois dispositivos, desde a gravação até a edição final. Além disso, foram disponibilizadas fotografias de Aveiro, Porto, Covilhã e Santiago de Compostela, todas registradas a partir de iPad e iPhone e editadas no aplicativo Adobe Photoshop Express.



Imagem 06: Interface com exposição das fotografias.

Na composição do conteúdo também foram oferecidos links para escutar músicas portuguesas e galegas enquanto navegava-se pela página, além de dois mapas que ilustravam a situação das duas regiões no passado (quando conformaram um mesmo território) e atualmente. Para

reforçar essa informação, dois ícones com abertura de textos relacionados a informações geopolíticas foram distribuídos na interface.

O conteúdo textual foi oferecido a partir de um link para uma publicação de uma crônica sobre a descoberta dessa semelhança cultural em um blog, produzido também com a utilização de um iPad. Por fim, para complementar esses conteúdos, foi produzido um *comic* que ilustrava o diálogo entre portugueses e galegos no dia a dia (Imagem 07), enquanto caminhavam pelas ruas de Santiago de Compostela. Neste sentido, Carlos Scolari (2013) define de maneira interessante a adoção de *comics* em ambientes transmídia, justificando que se trata da história contada por outros olhares. A adoção de *comic* em um documentário é uma tendência impressa também em obras com narrativas tradicionais.



Imagem 07: Comic produzido para o documentário.

Esse formato de documentário apoia-se no modelo denominado por esse estudo como **visualização navegável**, pois oferece os conteúdos para navegação em um único ambiente. O diferencial deste modelo em comparação com os outros é o de autorizar uma navegação mais simples, além de oferecer todas as possibilidades interativas em um único espaço. Entretanto, vale ressaltar que o fato de ter sido produzido totalmente a partir de telefones celulares se justifica pelo desafio, o que não impede novas produções a partir de dispositivos convencionais.

### **Conclusões**

Ainda que seja um primeiro estudo na tentativa de definir alguns modelos de produção de documentários transmídia, esta investigação não possui uma conclusão definitiva e nem tem essa pretensão. A intenção ao definir alguns modelos é somente exemplificar como podem ser justificados tais modelos em futuras produções.

A falta de definição de formatos é uma máxima quando se pensa em narrativa transmídia. Afinal, a criatividade é uma marca nesta linguagem. Além disso, o gênero documentário é uma obra artística, ou seja, não há como definir formatos limitados de produção.

Considero que essas definições de modelos podem auxiliar a compreender que um documentário transmídia não exige uma circulação exclusivamente por ambientes digitais, pois se trata de uma linguagem, uma maneira de contar uma determinada história. Exemplo disso é o documentário *Morreu o Demo, acabou a peseta*, que pretende finalizar a série de extensões narrativas com “textos” em ambientes digitais. Entretanto, todos os outros fragmentos oferecidos pela obra estão em plataforma analógica, como livro, DVD (ainda que seja registrada de

forma digital, essa plataforma é considerada neste texto como analógica por materializar-se em um disco).

Outra consideração refere-se às limitações de interface e de narrativas existentes na obra *Calles perdidas*, que oferece uma estrutura definida como multimídia pelo próprio autor, mas que ao final de sua estrutura revela uma narrativa transmídia que contempla conteúdos jornalísticos em sua navegação. Ainda que faltem links para redes sociais, essa produção (desenvolvida também em caráter experimental) aproxima-se do ideal transmídia.

Por fim, dentro dos parâmetros compreendidos para a narrativa transmídia, considero que o ideal em modelo navegável e expansível para a construção de um discurso documental é proposto pela obra *Galego-português*, ainda que a plataforma apresente problemas tecnológicos por se tratar de aplicativos em modalidade gratuita.

Porém, o fundamental nessa conclusão é entender que o documentário transmídia, assim como obras do gênero documentário em linguagem tradicional, não consegue ajustar-se a um único modelo, como justifica Bill Nichols (1997). A mescla entre linguagens e formatos é, segundo o autor, uma marca do documentário e se justifica pela liberdade da criação artística. Dessa maneira, convido novos pesquisadores e produtores a se arrisquem nessa realidade que está apenas começando e que tem muito um grande potencial de expansão no campo da produção audiovisual que oferece ao expectador discursos navegáveis de realidade: o documentário transmídia.

### Referências bibliográficas

- BAKHTIN, Mikail (1986), *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, São Paulo: Editora Hucitec [original em russo de 1929].
- JENKINS, Henry (2001), “Convergence? I Diverge” in *Technology Review*, p. 93. Disponível em: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/>. Consultado em 05/05/2013.
- LANDOW, George (2009), *Hipertexto 3.0*, Madrid: Paidós Ibérica.
- LEVINSON, Paul (2012), *New new media*, Nova Iorque: Pinguim.
- MANOVICH, Lev (2005), *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*, Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- NICHOLS, Bill (1997), *La representación de la realidad*, Barcelona: Paidós.
- RENÓ, Denis (2013), “Interfaces e linguagens para o documentário transmídia” in *Fonseca Journal of Communication*, Monográfico 02 – Junho, pp. 211-233.
- RENÓ, Denis e FLORES, Jesús (2012), *Periodismo transmedia*, Madrid: Fragua Editorial.
- RENÓ, Denis (2011), *Cinema documental interativo e linguagens audiovisuais participativas: como produzir*, Tenerife: Editorial ULL.
- SCOLARI, Carlos (2013), *Narrativa transmedia: cuando todos los medios cuentan*, Madrid: Deusdo.
- SCOLARI, Carlos (2004), *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Barcelona: Gedisa.

Denis Renó

---

### **Filmografia**

*Calles perdidas* (2013), de Fernando Irigaray.

*Morreu o Demo, acabouse a peseta* (2012), de Pedro Solla.

*Galego-português* (2013), de Denis Renó.



# Narrativa transmídia, ativismo e os múltiplos discursos dos protestos brasileiros de 2013

## Resumo

O presente artigo tem como objetivo fazer uma leitura dos discursos presentes na notícia veiculada pelo Canal 9 – programa televisivo argentino – referente às opiniões do colunista Arnaldo Jabor, do *Jornal da Globo*, durante os protestos urbanos ocorridos no Brasil em junho de 2013. O programa, publicado no Youtube com o título “Rede Globo vira piada internacional”, evidencia as contrariedades do colunista. Mostra, a partir de conceitos de narrativa transmídia, imagens de manifestantes e compõe um mosaico de informações pertinentes para investigação na área da comunicação, especialmente na compreensão da opinião pública.

**Palavras-chave:** comunicação, jornalismo, narrativa transmídia, linguagem, discurso, opinião pública

## Resumen

El presente artículo tiene como objetivo hacer una lectura de los discursos presentes en la noticia exhibida por el canal 9 – programa periodístico argentino – referente a las opiniones del columnista Arnaldo Jabor, del *Jornal da Globo*, durante las protestas urbanas ocurridas en Brasil en junio de 2013. El programa, publicado en YouTube bajo el título “Rede Globo se convierte en chiste internacional”, evidencia las contradicciones del columnista. Muestra, a partir de conceptos de narrativa transmedia, imágenes de manifestantes, un mosaico de informaciones pertinentes para investigación en el área de la comunicación, específicamente en la comprensión de la opinión pública.

**Palabras clave:** comunicación, periodismo, narrativa transmídia, lenguaje, discurso, opinión pública

## Abstract

The current paper has as objective make a reading of the discourses present in the news displayed on Channel 9 - Argentine news program - concerning the views of the columnist Arnaldo Jabor, the *Jornal da Globo*, during urban protests occurred in Brazil in June 2013. The program published on YouTube under the title “international joke turns Rede Globo”, the disgruntled columnist evidence. Sample, from transmedia storytelling concepts, images of demonstrators and composes a mosaic of information relevant to research in the area of communication, specifically in understanding public opinion.

**Keyword:** communication, journalism, transmedia storytelling, language, discourse, public opinion



**Elizabeth Gonçalves**

Doutora em Comunicação Social, docente e coordenadora do programa de pós-graduação em Comunicação da UMESP. Editora da revista *Comunicação & Sociedade*.

Correo:  
bethmgoncalves@terra.com.br



**Denis Renó**

Jornalista, doutor em Comunicação Social e pós-doutor. Professor da UEPG e professor visitante da Universidade do Rosário.

Correo:  
denis.porto.reno@gmail.com



**Katarini Miguel**

Jornalista, mestre em Comunicação pela UMESP e professora. Doutoranda em Comunicação Social na Umesp e bolsista CNPq.

Correo:  
k-miguel@uol.com.br

Recibido: julio 2013  
Aprobado: agosto 2013



## Introdução

O Brasil vivenciou, em junho de 2013, um momento sociopolítico peculiar com diversos protestos urbanos tomando as ruas das principais cidades do país, reunindo um número significativo de pessoas que se organizaram e se planejaram pela Internet, por meio das redes digitais, evidenciando, na prática, um novo processo comunicacional - composto de um ativismo em rede e de uma narrativa transmídia - que resulta em múltiplos discursos.

E neste contexto das manifestações, um caso em especial e toda sua repercussão nos chamou a atenção: as declarações do colunista do Jornal da Globo, Arnaldo Jabor, inicialmente negativas e totalmente contrárias aos protestos que, em três dias, se converteram em apoio e elogios aos manifestantes e, com isso, a coluna foi usada pela emissora argentina Canal 9 como exemplo da incoerência do jornalismo contemporâneo, por conta de suas vinculações econômicas e políticas.

A partir deste fato, desenvolvemos uma pesquisa que busca entender o contexto dos protestos realizados no Brasil, recorrendo ao conceito do ativismo virtual e das multidões inteligentes (Rheingold, 2004; Cotarelo, 2010). Em um segundo momento, apresentamos as concepções de narrativa transmídia e seu impacto na sociabilidade, para então apresentarmos nosso material de pesquisa - o programa específico do Canal 9. Isso se justifica pelo fato do programa adotar imagens produzidas pelos cidadãos e distribuídas em redes sociais, além de produzirem eles mesmos um *comic* para informar aos telespectadores sobre a situação contraditória de Arnaldo Jabor. Todas essas características sustentam parte de uma narrativa transmídia. Em uma última parte, propusemos a leitura dos discursos presentes no programa - avaliando as falas tanto do colunista da rede Globo, como do próprio apresentador do programa em questão, entendendo a linguagem como interação social. Avaliamos, assim, os diferentes *ethos* (Maingueneau, 2005), ou seja, as formas de dizer que expressam uma maneira de ser, presentes nesta narrativa transmídia.

## Protestos urbanos 2.0

Em junho de 2013 o Brasil presenciou protestos urbanos até então inéditos: mobilizados e organizados por redes digitais, sem líderes

definidos, produzindo uma narrativa transmidiática com repercussão mundial. Quase 80 milhões de pessoas pautavam os protestos no Brasil pela Internet entre os dias 12 e 17 de junho, gerando intenso debate político e acadêmico sobre o poder das redes e o espaço político que ela proporciona.

O anúncio, pela prefeitura da cidade de São Paulo, de reajuste na tarifa do transporte público de R\$3,00 para 3,20 a partir do começo do mês de junho causou grande indignação pelas redes digitais e culminou em um primeiro protesto presencial no dia 6 de junho, especificamente na cidade de São Paulo, reunindo dois mil jovens mobilizados pelo Movimento Passe Livre.

Sob a chancela de "não é apenas por 0,20 centavos" os protestos se expandiram, tomando as ruas de São Paulo e Rio de Janeiro quase que diariamente, chegando a reunir 50 mil pessoas na região central de São Paulo, no dia 18 de junho. Após seis protestos consecutivos, a prefeitura de São Paulo suspendeu o reajuste do transporte e, no Rio de Janeiro, a administração pública reduziu a tarifa de R\$ 2,95 para R\$ 2,75. Mas os protestos não pararam. As mobilizações já tinham se espalhado por mais de 80 cidades do país, e tiveram apoio internacional, com atos a favor dos manifestos no Brasil em países como Estados Unidos, Espanha, França, Portugal, Canadá, Argentina, Alemanha, Inglaterra, e até Irlanda, Áustria e Nova Zelândia, além da ampla cobertura dedicada ao tema na mídia internacional. A gama de reivindicações foi ampliada, com exigências das mais específicas às genéricas e abstratas como o fim da corrupção, melhorias na área da saúde, educação, transparência nos investimentos para a copa do mundo, fim do monopólio da comunicação.

Esses protestos urbanos 2.0, interativos, mobilizados pela rede, já tinham ocorrido em outros países, mais intensamente em 2011, com os movimentos da Primavera Árabe, os indignados na Espanha e o 'Occupy' que impactou Wall Street. Grandes mobilizações que lembram o conceito de 'multidões inteligentes' de Rheingold (2004). Trata-se de ações coletivas que ocorrem, reunindo um número significativo de pessoas, capazes de atuar conjuntamente ainda que não se conheçam, que se conectam e cooperam como nunca visto em outras épocas porque empregam sistemas informáticos e de telecomunicações, muitas vezes dispositivos como o próprio celular, que permite o acesso móvel e transmidiático. Mas Rheingold

(2004: 190) faz um alerta que a mesma tecnologia que pode ser usada como meio de resistência, serve como arma de controle social e terreno para novas formas de exploração e dominação. Para ele, é absurdo pressupor que as multidões inteligentes produzem só resultados positivos, mas o potencial negativo não pode esconder as capacidades (interessantes) dessas novas formas de ação coletiva. As manifestações no Brasil muito criticadas inicialmente pelo vandalismo, violência, posteriormente foram acusadas de totalitarismo, guinada à direita, para então serem taxadas de despolitizadas, promovidas por uma classe média oportunista, refletem os conflitos e posições divergentes inerentes ao processo político e a diversidade de públicos e opiniões que a internet consegue agregar. E tem a ver com o direito de comunicar de amplos setores da população, concomitante a era dos paradoxos (Becker, 2013); e ao mesmo tempo evidencia que não mais a sociedade civil organizada se mobiliza, mas os 'domínios do mundo da vida' (Bucci, 2013).

Entender os protestos urbanos 2.0 exige abarcar a complexidade de um processo sociopolítico, ao ineditismo das mobilizações em rede no Brasil, sem perder de vista a comunicação, as tecnologias e o discurso produzido neste âmbito. A maneira negativa como a mídia convencional recebeu os protestos inicialmente, foi substituída por um apoio um tanto incompreensível aos eventos – que pode ser explicado pela possibilidade de reverter o mote dos protestos e torná-lo uma estratégia de fragilização ao atual governo. Neste caso, o emblemático foi a declaração do colunista Arnaldo Jabor, do *Jornal da Globo*. Em sua crônica, no dia 12 de junho, se posicionou totalmente contra os protestos, com afirmações categóricas como: “No fundo tudo é uma imensa ignorância política. É burrice, misturada a um rancor, sem rumo”; “realmente esses revoltosos de classe media não valem nem 20 centavos”. Pois em 15 de junho, três dias após o primeiro pronunciamento, Jabor mudou radicalmente sua opinião: “de repente reapareceu o povo (...) uma juventude que nascia enquanto o Collor caía acordou, abriu os olhos e viu que temos democracia, mas uma república inoperante...”; “se tudo correr bem estamos vivendo um momento histórico lindo e novo”. As contradições foram alvo do programa *Bajada de Línea* da TV argentina, e se mostra como um importante produto a ser analisado, em sua concepção transmidiática e discursiva a respeito dos protestos.

## Narrativa transmídia e o novo processo comunicacional

Os processos comunicacionais têm presenciado mudanças expressivas desde a chegada da internet, e especialmente depois do desenvolvimento da web 2.0, onde os processos participativos se afluíram. Neste novo cenário, produção e circulação de informações passaram a ser fundamentais na construção da opinião pública, assim como os atores comunicacionais, que agora são, de maneira ativa, os cidadãos de uma maneira geral. Agora “nós somos os meios”, como define Gillmor (2005). Para o autor, nossa participação nos processos midiáticos está aliada ao status de produtores, e não mais de receptores. Também, segundo o autor, presenciamos uma circulação de informação instantânea e a partir das redes de contatos (as redes sociais) de maneira viral. E defende que o jornalismo de amanhã será diferente do que temos até os dias de hoje. Ou melhor, até os dias de ontem.

Para compreendermos a evolução dos jornalistas de amanhã, precisamos entender as tecnologias que estão a torna-lo possível. As ferramentas do jornalismo participativo do futuro estão a evoluir rapidamente – tao depressa que, quando este livro chegar na fase de impressão, já terão aparecido outras. (Gillmor, 2005: 42)

Gillmor estava correto em sua preocupação sobre as mudanças, pois quando o livro foi lançado suas ferramentas eram obsoletas, e são ainda mais nos dias de hoje, onde o cidadão pode produzir (e produz) conteúdo desde seus próprios dispositivos e publica os mesmos em seus espaços midiáticos. Mais do que isso: agora os cidadãos se organizam naturalmente em redes sociais para a produção de conteúdos e a circulação dos mesmos, o que representa uma angústia aos jornalistas mais apegados ao conhecido quarto poder e à possibilidade de construção da opinião pública de maneira unidirecional.

Porém, as mudanças foram ainda maiores que as esperadas por Gillmor. Agora a sociedade tem em suas mãos uma nova linguagem narrativa, que de alguma maneira se ajusta ao comportamento líquido (Bauman, 2001) contemporâneo. Uma linguagem que traduz os anseios sociais de participação, reconstrução e circulação de mensagens e que oferece, por uma também decisão social, recursos de conexão por redes e a

A aplicação da narrativa transmídia em alguns casos da construção da opinião pública ocorre naturalmente e com o aproveitamento da mesma por jornalistas. Um dos acontecimentos registrados foi a passagem do furacão Sandy pela costa este dos Estados Unidos, especialmente Nova Iorque e Nova Jersey.

partir de dispositivos tecnológicos que atendem a uma mobilidade almejada: a narrativa transmídia, que modifica expressivamente os velhos modelos de linguagem existentes na história humana. Por outro lado, a narrativa transmídia é a fiel tradução de como pensamos, de como agimos, de como sonhamos, de como nos comunicamos. A narrativa transmídia é uma representação do corpo humano. E por quê? Porque nosso corpo humano é multiplataforma, com cada mensagem funcionando independente das outras, mas interligadas, como funcionam os discursos transmídia. Também somos móveis, ou seja, atendemos ao quesito mobilidade de dispositivos, e por fim nos relacionamos por redes sociais internamente. Segundo Manuel Castells (1999), uma rede social é a reunião de atores que possuem o mesmo interesse. Em nosso corpo, os órgãos possuem o mesmo interesse (manter nosso corpo em funcionamento), ainda que sejam distintos em suas tarefas específicas.

Narrativa transmídia é uma linguagem que proporciona uma construção de mensagens fragmentadas em ambientes multiplataformas, por meios distintos, independentes, relacionados entre si, e que por uma capacidade de expansão por estruturas hiperemídia oferecem uma navegabilidade acompanhada de experiência lúdica. Ao mesmo tempo, apresenta uma conexão por redes sociais e ocupa um espaço em dispositivos móveis (Renó y Flores, 2012).

A aplicação da narrativa transmídia em alguns casos da construção da opinião pública ocorre naturalmente e com o aproveitamento da mesma por jornalistas. Um dos acontecimentos registrados foi a passagem do furacão *Sandy* pela costa leste dos Estados Unidos, especialmente Nova Iorque e Nova Jersey. Nesse caso, além de um

fenômeno registrado pelo Corpo de Bombeiros da cidade de Nova Iorque que constatou uma superior solicitação de socorro por Twitter em substituição ao telefone, as pessoas passaram a publicar pelo geo-localizador Foursquare fotos das ruas da cidade, confirmando em tempo real o que ocorria.

Para envolver os leitores, o jornal *The New York Times* criou um mapa interativo de Nova Iorque – A map of reader's photo of Hurricane Sandy (<http://www.nytimes.com/interactive/2012/10/30/nyregion/hurricane-sandy-reader-photo-map.html>) especialmente sobre a ilha de Manhattan (mas não se limitando a esse pedaço de terra) com pontos onde o usuário clicava e recebia informações sobre o que acontecia naquela localidade.

Levinson (2012) apresenta o Foursquare como uma ferramenta contemporânea onde as pessoas se localizam automaticamente, e tal possibilidade de produzir conteúdo midiático também é uma característica da narrativa transmídia, e representa um potencial expressivo para o jornalismo transmídia, inclusive por sua facilidade de manuseio e sua credibilidade na publicação, ainda que seja passível de falsificações de localização. Além disso, a adoção de mapas interativos é uma possibilidade da narrativa transmídia que oferece facilidade de leitura e exercício lúdico no consumo da informação. Dessa maneira, o processo de acessibilidade passa a ser uma maneira de diversão, além da notícia em si, alcançando uma diversidade de *target*.

Mas a narrativa transmídia também molda uma nova maneira de construção de discursos para fortalecer ou posicionar a opinião pública. Dentre as diversas maneiras de linguagens para a narrativa transmídia encontramos o *comic*, definido por Carlos Scolari (2013) como o produto comunicacional onde o público fala o que o produtor não teve coragem de falar. Nesse caso, alguns programas de conteúdo jornalístico têm adotado o *comic* como ferramenta de linguagem para a construção ou posicionamento da opinião pública, e tais discursos midiáticos ganham força nas redes sociais pelos próprios cidadãos. Trata-se de uma reconstrução da conduta e da técnica de narrativas jornalísticas para “adotar o mesmo idioma” do cidadão. Marques de Melo (1985) defende o conteúdo jornalístico de humor que fortalece ou posiciona a opinião pública como

jornalismo caricato, o que valida essa forma de construção da discussão jornalística.

Com esses critérios, a rede de televisão argentina Canal 9 (<http://www.canal9.com.ar/>) produziu no programa jornalístico *Bajada de Línea* um vídeo (<http://www.youtube.com/watch?v=cv1OXg9u9wU>) criticando duas declarações opinativas de Arnaldo Jabor no *Jornal da Globo*. Jabor, em um intervalo de dois dias, modificou drasticamente sua opinião sobre os protestos, tentando, no segundo discurso, construir uma opinião pública contra o governo Dilma. Porém, o canal 92 realizou um *comic* sobre essa “diversidade” de opiniões que oferecia um novo diálogo a partir de duas telas simultâneas que revezavam a palavra para mostrar um terceiro discurso a partir dos dois originais. Além disso, o *comic* apresentava trechos de vídeos produzidos pelos próprios cidadãos durante os protestos, como a expulsão da equipe do jornalista da Rede Globo, Caco Barcellos, do local.

O vídeo ganhou força nas redes sociais, e em cada compartilhamento uma nova leitura da atitude global, além de novos comentários que reconstruíam a mensagem pouco a pouco. No dia 7 de julho de 2013, uma das publicações alcançava 62.109 compartilhamentos por Facebook. Porém, isso não significa que a visulização tenha sido somente essa, o que seguramente não foi. Resta compreender quais as ambições discursivas dos vídeos originais da Rede Globo com os comentários do Jabor e qual a construção da opinião pública pelo *comic* oferecido pelo Canal 9. Uma coisa é certa: a governabilidade midiática agora é combatida por uma desgovernabilidade que Renó (2013) defende ser proveniente da adoção de uma narrativa transmídia pelos cidadãos contemporâneos.

## Subsídios para uma leitura dos discursos

Abordar o discurso como o lugar da confluência entre os aspectos ideológicos, históricos e socioculturais implica em entender a linguagem não como um simples instrumento de

comunicação, mas como elemento de interação social, haja vista que uma das leis que caracterizam o discurso segundo Ducrot (1981) é a de que há sempre uma intenção subjacente ao ato de tomar a palavra. Portanto, o conhecimento das manobras linguísticas, das estratégias persuasivas, contribui para a formação de um leitor (ou interlocutor) mais crítico e mais participativo, consciente de que a mensagem recebida não é senão um dos vieses possíveis de serem elaborados e de que existe um objetivo ou uma intenção ao se dizer uma coisa e não outra ou ao se dizer de determinada forma e não de outra, ou ainda, ao se escolher o que dizer e o que deixar de dizer. “Assim, aprimorar-se no estudo da linguagem como fator de interação social, significa capacitar-se para atuar socialmente como profissional e como cidadão, reconhecendo que nas mensagens há muito além do que é dito explicitamente” (Gonçalves, 2012: 14).

Quando se aborda o processo comunicacional há se considerar a opacidade da linguagem e do próprio processo que exige dos interlocutores uma habilidade de ler para além do dito e um conhecimento de mundo compartilhado. Muitas vezes o silêncio é pertinente, pois, a escolha do que não dizer é ideologicamente tão significativa quanto as palavras explicitadas, portanto, trata-se de um silêncio que não é simplesmente um calar:

O homem está ‘condenado’ a significar. Com ou sem palavras, diante do mundo há uma injunção à ‘interpretação’: tudo tem que fazer sentido (qualquer que ele seja). O homem está irremediavelmente constituído pela sua relação com o simbólico. (...) O silêncio não está disponível à visibilidade, não é diretamente observável. Ele passa pelas palavras (Orlandi, 1993: 31-34).

No ambiente da informação e da comunicação social pelos meios há que se observar que as condições de produção e de recepção, assim como as características do suporte influenciam na elaboração da mensagem, o que implica em processos comunicacionais diferenciados, dependendo dos elementos envolvidos. Segundo Charaudeau (2003: 11) os meios constituem suportes institucionais que integram diversas lógicas: a econômica, a tecnológica e a simbólica. Dessa forma, os interesses econômicos da empresa de comunicação, as condições tecnológicas para produção, circulação e recepção das mensagens são condicionantes diretos da composição simbólica, da maneira de dizer e de envolver os

1 O programa *Bajada de Línea* é um noticiário jornalístico de caráter investigativo e apresentado por Victor Hugo Morales. Tem como preocupação principal desenvolver uma análise crítica dos programas jornalísticos.

2 O Canal 9 é uma emissora de televisão argentina. Fundada em 1960, é a primeira emissora privada do país.

interlocutores. Nesse sentido a comunicação pelas redes sociais digitais apresenta-se mais solta dos acordos econômicos empresariais, domina uma tecnologia que propicia a participação e a interação social efetiva e por isso, apresenta uma lógica simbólica diferenciada dos meios de comunicação tradicionais.

Segundo Pêcheux (1975), o discurso não surge no vazio, mas remete à formação discursiva que o originou e que é marcada por uma ideologia ali embutida. Na origem do processo há uma formação discursiva permitindo as condições de sua existência. Assim, os textos constituem-se em um todo heterogêneo e complexo, a partir do momento em que sofrem interferências diversas de sujeitos e do meio. Por isso é que alguns textos congregam certos enunciados, de certas maneiras, e outros não. Nesse contexto da ideologia e da intencionalidade discursiva, Pêcheux estabelece o que conhecemos como o jogo das imagens, responsável pela elaboração do discurso: “[...] o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (Pêcheux, 2010: 81).

A fala traduz o *ethos* do indivíduo, sua maneira de ver o mundo e de avaliar os acontecimentos relatados, ainda que não fale de si próprio. Maingueneau (2005: 71) explica que:

Se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode ignorar, entretanto, que o público constrói representações do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale. Parece, pois, necessário estabelecer uma primeira distinção entre *ethos discursivo* e *ethos pré-discursivo*.

No caso do vídeo selecionado para este estudo temos dos discursos da rede globo, representada pelo comentarista do telejornal Jornal da Globo, Arnaldo Jabor, e os discursos construídos pela rede de TV Argentina, canal 9, no programa *Bajada de línea*, que edita as falas de Jabor, comenta e acrescenta cenas não mostradas pela Rede Globo.

## Uma leitura dos discursos

Primeiramente temos acesso aos discursos de Arnaldo Jabor no Jornal da Globo, telejornal noturno brasileiro produzido pela Rede Globo e exibido no fim de noite, mas sem horário fixo

de transmissão (<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/>).

Comentarista respeitado na televisão brasileira, Jabor tem um vasto currículo como jornalista e escritor, além de cineasta, roteirista, diretor de cinema e TV, produtor cinematográfico, dramaturgo e crítico. Pela autoridade que a função lhe confere, Jabor desenvolve um discurso autoritário, dono da verdade, o *ethos* do justiceiro. Em frases curtas, quase telegráficas, expõe sua indignação acompanhada de gestos igualmente fortes e autoritários: o dedo indicador em riste, olhar direto para a câmera, como se falasse diretamente ao telespectador, de quem busca a adesão às ideias expostas. Uma frase de impacto, com interjeição a cada ideia apresentada: “Não pode ser por causa de 20 centavos!”. “Ali não havia pobres que precisavam daqueles vinténs, não” (observe a repetição da negativa no final da frase). “No fundo tudo é uma imensa ignorância política”. “É burrice misturada a um rancor sem rumos”. “Mas aqui? Se vingam do quê?”.

Os episódios acontecidos na Turquia, dias antes, levaram Jabor a associar as manifestações brasileiras, ou melhor, paulistas, naquele momento, aos protestos de Istambul, que começaram pela defesa do parque Gezi e só mais tarde transformaram-se em manifestações contra o regime turco: “Há talvez a influência da luta na Turquia, justa e importante, contra o islamismo fanático”.

Na primeira fala, avalia o movimento popular como uma manifestação de “ódio violento contra a cidade”. Vê-se que o foco da sua avaliação está centrado no vandalismo e na agressividade: “policiais apedrejados”; “coquetéis molotov”. Os manifestantes, segundo ele, são “filhos da classe média”, portanto não seriam afetados pelo aumento de 20 centavos nas tarifas de ônibus. Aliás, o comentarista julga tão pequena a importância de 20 centavos que utiliza a expressão para subestimar os manifestantes “eles não valem 20 centavos”.

As manifestações espalharam-se pelas grandes capitais do país e tiveram a adesão não apenas dos jovens, mas dos cidadãos de todas as idades, e passaram a expor uma ampla pauta de reivindicações sociais e não apenas o “passe livre” para o transporte público. Arnaldo Jabor volta no seu comentário, no mesmo telejornal, dizendo

que errou na sua avaliação do movimento: “À primeira vista este movimento parecia uma pequena provocação inútil que muitos criticavam erradamente, inclusive eu”. Com o mesmo tom autoritário, agora assume um *ethos* de arrependimento pelo erro cometido. Mas o erro não tira sua autoridade, afinal parece reforçar a ideia de que reconhecer o erro em público é uma atitude nobre, o que só o fortalece. Por isso, mesmo a postura corporal, embora agora minimizada de gestos fortes e expressões sérias, continua contundente.

Os “filhos da classe média”, “os caras”, “os revoltosos” agora são os “jovens”, a “juventude que nascia quando Collor caía”, “juventude que acordou, abriu os olhos”. O movimento anarquista, desorganizado e inútil agora é responsável por “um momento histórico lindo e novo”.

Mas esta mudança de postura da mídia não é algo inédito no Brasil. Segundo Magali Cunha (2013, on line):

Que as mídias no Brasil, propriedades das famosas 10 famílias pertencentes à classe que sempre predominou no poder no País e de uma igreja pentecostal baseada princípios empresariais, nunca trabalharam para legitimar e fortalecer movimentos sociais, é fato amplamente conhecido e estudado, e quando forçadas pela pressão popular acabam se rendendo ao que é mais do que evidente.

Foi o que aconteceu em movimentos populares que grandes proporções como a campanha das Diretas já em 1984 e as manifestações que culminaram no *impeachment* do Presidente Fernando Collor de Mello, em 1992. As primeiras manifestações foram desconsideradas pela grande mídia, até que a efervescência dos movimentos e as grandes proporções de pessoas nas ruas levam a mídia a prestar atenção e dar outro tratamento à temática.

Retomando o discurso de Jabor, observamos que ele associa estas manifestações às grandes concentrações, acima citadas (1984 e 1992): “O Brasil parecia desabitado politicamente. De repente, reapareceu o povo. De repente o Brasil virou um mar”. Dessa forma, não leva em consideração muitas conquistas das minorias no país: um país cujos principais cargos políticos são ocupados por mulheres, um país em que o

Movimento dos Sem terra (MST) que trouxe à pauta a questão agrária, em que as etnias indígenas reivindicam suas terras, em que a população sem teto busca dignidade de moradia nas comunidades mais carentes, em que homofobia é atacada e a comunidade homossexual conquista seus direitos, em que o pobre e o negro têm mais acesso à educação. Enfim, são muitas as conquistas sociais, frutos de reivindicações, de um povo que não estava adormecido.

Em apoio aos jovens, o comentarista se insere como alguém que faz parte do contexto de insatisfação: “Os jovens despertaram por que ninguém aguenta mais ver a república paralisada por interesses partidários ou privados”. Mas, termina seu discurso alertando para “a tentação à violência e o vazio”, ou seja, o movimento poderá mesmo ser inútil, como ele tinha previsto, caso a violência domine ou então caia no vazio como já lembrou no próprio discurso: “Entre nós quase tudo terminava ou em pizza ou em paralisia entre os 3 poderes”.

Esta mudança de postura, evidenciada por Arnaldo Jabor, no Jornal da Globo, chama a atenção da TV argentina, canal 9. Trata-se de uma oportunidade de criticar a mídia brasileira, de expor as fragilidades da sociedade brasileira: “Por isso é que a Globo, entre outras coisas, merece a rejeição que estão sofrendo na própria calçada”.

As falas de Jabor transformam-se em uma terceira fala, fruto da edição irônica feita pelo programa *bajada de línea*. A exposição é feita de frase a frase, ora do primeiro discurso, ora do segundo, ou conforme a denominação do programa: “te digo uma coisa”, na primeira fala. “Te digo a outra”, na segunda fala. Esse confronto evidencia a mudança de opinião, monta um texto

As primeiras manifestações foram desconsideradas pela grande mídia, até que a efervescência dos movimentos e as grandes proporções de pessoas nas ruas levam a mídia a prestar atenção e dar outro tratamento à temática.

paradoxal e conflituoso. A ironia está na base dessa formação e tem um objetivo estritamente crítico.

O locutor da TV argentina começa seu comentário, depois da exposição do quadro com a seguinte pergunta: “Pode-se acreditar? E, com uma fala muito reticente, procura explicar seu espanto: O Brasil é sempre citado pela mídia na Argentina como exemplo a seguir, principalmente nas questões sociais e econômicas, no entanto a grande mídia apresenta problemas como os enfrentados pela Argentina. O locutor diz ter “neste país (o Brasil), nesta presidenta (Dilma Rousseff), como antes em Lula, um aliado muito importante para o governo argentino”.

Arnaldo Jabor é chamado de “o senhor que opina na Globo”, ou “o homem que soube mudar”. Em nenhum momento aparece nome, sobrenome ou qualquer referência ao comentarista da Rede Globo, mas o locutor faz questão de frisar que as cenas que compõem o vídeo foram editadas especialmente para a produção daquele programa: “Nós gostaríamos de apresentar-lhes algo sobre as mudanças do senhor que opina na Globo: o que disse primeiro e o que sinalizou 48 horas depois, mas produzido por nós, para que se tenha uma ideia de como o homem soube mudar”.

A crítica à Rede Globo é reforçada com a apresentação de cenas em que os repórteres da Globo são vaiados pelos manifestantes e até impedidos de realizarem suas reportagens. Com as legendas: “A hipocrisia dos meios” e. “Manifestantes expulsam Caco Barcellos, jornalista estrela da Rede Globo”, o programa mostra primeiro Marcelo Cosme, tentando fazer a cobertura das manifestações na marquise do Congresso Nacional e é impedido pelos gritos de: “Globo fascista. Sen-sa-cio-na-lis-ta”. Em outras cenas, Caco Barcellos é o alvo das vaias e gritos de “Abaixo a Rede Globo” e “O povo não é bobo, abaixo a Rede Globo”.

O locutor da TV argentina avalia as cenas com ironia e uma certa satisfação. Primeiro, conta ao público que o reporter pedia para sair do ar: “Voltem ao estúdio, por favor” – gritavam desesperadamente. “Saíam daí”. Segundo ele “as pessoas se deram conta que a Globo mente”. Mas, reconhece que o fato de a mídia escolher o que dizer e o que mostrar não é exclusividade da Rede Globo ou do Brasil e termina seu programa dizendo: “Eles (os

brasileiros) têm um evidente mal-estar, a mídia com a democracia. Mas o povo também tem um mal-estar pela mídia dominante de nossa América latina e seu grande capitão internacional que é a CNN”.

## Conclusões

A partir do desenvolvimento desta pesquisa, concluímos que os processos comunicacionais modificaram suas estruturas de linguagem e, principalmente, suas hierarquias. A narrativa transmídia nasce de uma necessidade participativa da sociedade, e essa condição de participação realmente tem ocorrido. Por essa razão, tanto os processos de construção de conteúdos comunicacionais como os caminhos de circulação desses conteúdos (e suas reconstruções) surgem de maneira ampla e participativa, por redes sociais e por dispositivos móveis, como ocorreu na produção de parte do material de vídeo editado pelo Canal 9. Essa condição de participação está presente em todos os momentos do protesto e também define a linguagem utilizada pelo Canal 9, com a adoção de um *comic* como parte da reportagem. Esse cenário sustenta o que Levinson (2012) defende ao declarar que vivemos em uma sociedade com “novos novos meios” conformada por “novos novos cidadãos”.

Esse processo vivido pelos brasileiros no mês de junho também apresenta novos cidadãos que constroem seus processos de mobilização de maneira aberta e independente dos meios de comunicação. Trata-se do que Renó (2013) define como “desgovernabilidade transmídia”, tomando como referência uma necessária releitura da ideia de governabilidade proposta por Foucault, agora com a possibilidade de reconstrução midiática pelos e para os cidadãos, definidos por Gillmor (2005) como seres-meio. Isso é o que ocorreu nos protestos, com as mobilizações por redes sociais e uma transmissão midiática paralela produzida por esses atores em suas redes sociais. Essa transmissão paralela provocou, inclusive, um debate amplo sobre o papel dos meios de comunicação tradicionais em eventos populares de tal maneira que provavelmente esses oligopólios tiveram suas estruturas irreversivelmente abaladas.

No campo do discurso, Jabor que inicialmente mostra um *ethos* de justiceiro com sua fala enfática e decidida, rapidamente passa a apresentar um *ethos* de arrependimento, mas



que não deixa de ter seu status como formador de opinião, justamente pelo nobre gesto de reconhecer seu erro. Enquanto que o Canal 9 não perdeu a oportunidade de criticar a Globo e revelar suas incoerências, com irreverência e ironia, ridicularizando a postura do colunista e mostrando imagens de manifestações contra a Rede Globo para reforçar as críticas realizadas.

Uma coisa é certa, e essa investigação não somente aponta para isso, como também sustenta e consolida essa realidade para futuros estudos: os meios de comunicação tradicionais

não serão os mesmos, e nem o poder persuasivo de seus discursos. Surge a necessidade de uma autorregulamentação por parte dos meios, pois a sociedade não é mais ingênua no campo da comunicação, e nem apática. Ao mesmo tempo, os processos midiáticos seguem por caminhos diversos, “desgovernados” no sentido da ausência de um poder único, e os “novos novos cidadãos” assumem um papel de protagonismo com força persuasiva. Como dizia uma campanha circulada pelas redes sociais durante os protestos: “A revolução não será televisionada: ela será filmada por você”.<sup>12</sup>

## Bibliografía

- Bauman, Zygmunt (2001). *Modernidade líquida*. São Paulo. Jorge Zahar Editores.
- Becker, Maria Lucia (2013). *Redes Sociais, Imprensa e esfera pública*. Observatório da Imprensa. 25.06.2013 ([http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed752\\_redes\\_sociais\\_imprensa\\_e\\_esfera\\_publica](http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed752_redes_sociais_imprensa_e_esfera_publica)) (consulta: 03-07-2013).
- Bucci, Eugenio (2013). *Aliens, Zumbis, Manifestantes e Vândalos*. Observatório da Imprensa. 22.06.2013. ([http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/aliens\\_zumbis\\_manifestantes\\_e\\_vandalos](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/aliens_zumbis_manifestantes_e_vandalos)) (consulta: 03-07-2013).
- Cotarelo, Ramón (2010). *La política en la era de Internet*. Valencia. Tirant lo blanch.
- Castells, Manuel (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo. Paz e Terra.
- Charaudeau, Patrick (2003). *El Discurso de la información – La construcción del espejo social*. Barcelona. Gedisa Editorial.
- Cunha, Magali (2013). *Lições de um junho que ainda não acabou*. (<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/521682-liceos-de-um-junho-que-ainda-nao-acabou>) (consulta: 08-07-2013).
- Ducrot, Oswald (1981). *Provar e dizer – leis lógicas e leis argumentativas*. São Paulo. Global editora.
- Gadet, Françoise e Hak, Tony (1997). *Por uma análise automática do discurso: Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas. Editora da UNICAMP.
- Gillmor, Dan (2005). *Nós, os mídia*. Lisboa. Editorial Presença.
- Gonçalves, Elizabeth Moraes (2012). *Comunicação e Linguagem – a construção dos discursos nas organizações contemporâneas*. En Galindo, Daniel (ed.). *Comunicação Institucional & Mercadológica* (pp.13-29). São Bernardo do Campo. Editora Metodista.
- Levinson, Paul (2012). *New new media*. Nova Iorque. Pinguim.
- Maingueneau, Dominique (2005). *Ethos, cenografia, incorporação*. Em Amossy, Ruth (ed.) *Imagens de si no Discurso*. São Paulo. Contexto.
- Marques de Melo, José (1985). *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis. Vozes.
- Orlandi, Eni (1993). *As formas do silêncio. No movimento dos sentidos*. Campinas. Ed. Unicamp.
- Pêcheux, Michel (1975). *Análise do Discurso*. Paris. Larousse.
- Pêcheux, Michel (2010). *Análise automática do discurso (AAD-69)*. En Gadet, Françoise e Hak, Tony (Ed.). *Por uma análise automática do discurso: Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas. Editora da UNICAMP. Cuarta Edición.
- Renó, Denis (2013). *Narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística em Privataria Tucana*. *Comunicação & Sociedade*, vol. 34, n.o 2, 121-140.
- Renó, Denis y Flores, Jesús (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid. Fragua editorial.
- Rheingold, Howard (2004). *Multitudes Inteligentes – la próxima revolución social*. Barcelona. Editorial Gedisa.
- Scolari, Carlos (2013). *Narrativas transmedia*. Madrid. Deusto.















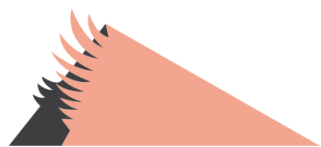












### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

D Renó, C Campalans Moncada, L Renó (2015): "Técnicas y lenguajes documentales por el brasileño Eduardo Coutinho". *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 174 a 186.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1041br/11es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1041](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1041)

# Técnicas y lenguajes documentales por el brasileño Eduardo Coutinho

## Technical and documentary language by Brazilian Eduardo Coutinho

**D Renó** [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#) Profesor del Departamento de Comunicación Social – Universidad Estadual Paulista, Unesp, Brasil – [denis.reno@faac.unesp.br](mailto:denis.reno@faac.unesp.br)

**C Campalans Moncada** [\[CV\]](#) [\[GS\]](#) Profesora del Programa de Periodismo y Opinión Pública – Universidad del Rosario, UR, Colombia – [carocampalans@gmail.com](mailto:carocampalans@gmail.com)

**L Renó** [\[CV\]](#) [\[GS\]](#) Profesora del Programa de Radio y Televisión – Universidad Estadual Paulista, Unesp, Brasil – [luciana.lorenzi@gmail.com](mailto:luciana.lorenzi@gmail.com)

### Abstracts

**[ES] 1. Introducción.** Eduardo Coutinho representa el desarrollo y la innovación del documental brasileño. Todavía, su trayectoria es marcada por una técnica novedosa de entrevistas con los participantes, además de la mezcla del documental con otras técnicas comunicacionales, especialmente la ficción y el periodismo. Este artículo ofrece una recuperación de la trayectoria de Coutinho y de sus principales obras. **2. Método.** Se aplica una investigación bibliográfica y un análisis de discurso fílmico para comprender la trayectoria y los lenguajes adoptados por Coutinho durante su carrera como documentalista. **3. Quien fue.** Antes de actuar como documentalista, Coutinho ha estudiado Derecho pero siempre actuó con teatro y artes visuales. Esa discusión presenta Coutinho antes de los documentales. **4. Encuadres de Eduardo Coutinho.** Las principales obras del documentalista son presentadas, así como sus características importantes que transforman la filmografía del director en una de las más importantes de Brasil. **5. Conclusiones.** Se concluye que Eduardo Coutinho ha dejado un hueco en el documental brasileño, desde su muerte en 2014. Sin embargo, sus contribuciones son transformaron el género, como presentado en los resultados del artículo.

**[EN] 1. Introduction.** Eduardo Coutinho represents the development and innovation of the Brazilian documentary. His career is still marked by a novel technique of interviews with participants also mix documentary with other communication techniques, especially fiction and journalism. This article provides a recovery path Coutinho and his major works. **2. Method.** A literature review and analysis of filmic discourse is applied to understand the history and languages adopted by Coutinho during his career as a documentary. **3. Who was.** Before acting as a documentary, Coutinho has studied law but always acted in theater and visual arts. This discussion presents Coutinho before documentaries. **4. Frames by Eduardo Coutinho.** The main works of the documentary are presented, as well as its important features that transform the filmography of director in one of the most important in Brazil. **5. Conclusions.** We conclude that Eduardo Coutinho has left a gap in the Brazilian documentary, since his death in 2014. However, their contributions are transformed the genre, as the results presented in the article.

### Keywords

**[ES]** Comunicación, Narrativas audiovisuales, Documental, Lenguaje.

**[EN]** Communication, Audiovisual narratives, Documentary, Language.

### Contents

**[ES]** 1. Introducción. 2. Método. 3. Quien fue. 4. Encuadres de Eduardo Coutinho. 5. Referencias bibliográficas. 6. Filmografía.

[EN] 1. Introduction. 2. Method. 3. Who was. 4. Frames by Eduardo Coutinho. 5. Bibliographic references. 6. Filmography



## 1. Introducción

El día 2 de febrero de 2014, el cine documental dejó de contar con uno de sus autores más relevantes, especialmente en lo relativo a las innovaciones en el campo narrativo y de la investigación. En esa fecha, Eduardo Coutinho murió asesinado por uno de sus hijos, que, en un momento de ira, apuñaló a su padre con un cuchillo. Era el final de una historia marcada por *cabras*, *Edificio Master*, *Peões*, entre otros personajes cinematográficos que pasaron por sus encuadres a lo largo de casi cincuenta años, aunque empezó en el cine incluso un poco antes, con la gestión de la producción del largometraje *Cinco vezes favela* (1962), producido por un grupo de cineastas del Centro Popular de Cultura – CPC.

Pero Eduardo Coutinho es inmortal para el cine documental brasileño, especialmente porque revolucionó la producción audiovisual del país y porque formó parte de un momento histórico del séptimo arte –el cine nuevo–, experimentando narrativas y estéticas para el documental, mientras el mundo seguía corrientes tradicionales y/o trabajaba con obras de ficción.

Efectivamente, Coutinho experimentó con un nuevo lenguaje, produciendo una ficción definida como cine híbrido (Renó, 2013), ya con los primeros registros de la obra *O Cabra*, que alcanzó su segunda semana de rodaje, hasta que el Golpe Militar de 1964 prohibiera su producción. Se trataba de una ficción basada en la historia real del líder campesino João Pedro Teixeira, asesinado a causa de su liderazgo político y social. En el film, personajes reales representarían sus propios papeles; como su esposa, Elisabeth Teixeira, que encarnaría su propio personaje.

El cine es construido a partir de revoluciones de lenguaje, aunque la estructura lineal del arte no ha cambiado desde su creación. Según Reia-Bptista, Burn, Reid y Cannon (2014), “un cinéfilo que entra en coma en 1926 y se despierta en 1986 reconocería el medio aunque desconociera los nuevos estilos de peinado”.

Aunque la filmografía de Eduardo Coutinho sea conocida especialmente por la semejanza con la posición de Jean Rouch y Edgar Morin en *Crónica de un verano*, en la cual los documentalistas son, al mismo tiempo, actores (*cinema vérité*), el elemento diferencial está en la manera cómo obtenía las respuestas y la participación de sus personajes, empleando una técnica de entrevista conocida como “rescate de la memoria de imagen” (Gervaiseau, 2012), popular también en las obras de otro documentalista, el francés Claude Lanzmann. También es importante apuntar que el público ha cambiado (Renó, 2008), lo que exige la creación de nuevos modelos narrativos.

## 2. Método

El artículo presenta una biografía de Eduardo Coutinho y una reflexión crítica sobre algunas de sus más importantes obras (aunque todas sus obras fueron igualmente importantes, teniendo en cuenta su contribución cuadro a cuadro al documental). Para ello, se adopta como metodología la investigación bibliográfica y el análisis del discurso fílmico, obteniendo al final un registro sobre la trayectoria de aquél que fue uno de los más importantes artistas del cine de no ficción que Brasil haya conocido.

El modelo de análisis del discurso fílmico es un método de estudio sobre cine que, según Vanoye y Goliot-lété (2008), se traduce en redactar conclusiones a partir de la observación audiovisual del contenido, desde sus técnicas de producción como del lenguaje adoptado. Esto es lo que se presenta en el estudio, a partir de una selección de las más importantes obras documentales de Eduardo Coutinho.

## 3. Quién fue

Para conocer a Eduardo Coutinho no basta con observar sus obras, aunque ellas cuenten por sí mismas con la capacidad de expresar las cualidades del cineasta. Aun así, es importante conocer la formación de Coutinho para, de ese modo, descubrir de dónde provienen sus técnicas y su estética. Esto se justifica particularmente porque un profesional se hace no sólo a partir de lo que ha estudiado, sino también de su bagaje personal.

Los productos desarrollados por Eduardo Coutinho no podrían estar ajenos a esa realidad. Nacido el 11 de mayo de 1933 en Río de Janeiro, Coutinho estudió Derecho en la Universidad de São Paulo –una de las más importantes del país–, pero no concluyó su formación. Al igual que muchos otros estudiantes de la época, decidió trabajar en el ámbito de la cultura y la comunicación. En 1954 inició su relación con el arte y el cine, trabajando como revisor de la revista *Visão* y como director de teatro en el espectáculo infantil *Pluft, o fantasminha*. Además, en un concurso de televisión, ganó dinero respondiendo preguntas sobre Charles Chaplin. Con el premio viajó a Francia a estudiar dirección y montaje cinematográfico en el IDHEC. Allí realizó sus primeros documentales.

De regreso en Brasil, ingresó en el grupo de realizadores del popular Cine Nuevo, integrando el Centro Popular de Cultura de la Unión Nacional de los Estudiantes (conocido por la sigla CPC da UNE). Con el grupo participó en montajes de espectáculos de teatro, dirigidos a la sociedad (con discursos populares) y actuó como gerente de producción del largometraje *Cinco vezes favela* (1962), que contó con cineastas importantes del Cine Nuevo, como Cacá Diegues o León Hirzsmán, entre otros. Con Hirzsmán y Marcos Faria, Coutinho creó la productora Saga Filmes y en ella fue director de algunas obras de ficción, como *O Pacto* (que integra el largometraje *ABC do Amor*, 1966), *O homem que comprou o mundo* (1968) y *Garota de Ipanema* (1967), entre otros.

En 1975, Eduardo Coutinho fue invitado a trabajar en el equipo del programa Globo Repórter, de Rede Globo, donde permaneció hasta 1984. Lo que marcó su paso por el programa fue la libertad editorial y la posibilidad de producir todo en 16 mm. Ese fue el momento en que Globo Repórter ganó notoriedad por sus producciones semidocumentales. Las improntas de esa formación podemos detectarlas en el estilo de Coutinho, presente en todas sus obras documentales.

Como veremos más adelante, Eduardo Coutinho tenía un estilo particular de actuación en sus documentales, además de una técnica de entrevista muy peculiar. Estos rasgos son propios de quien estudió Derecho, además de haber desarrollado y descubierto el cine en la Francia de 1960; es decir, en el momento en que el *Cinema Vérité* (Nichols, 1997) ganaba fuerza a partir de obras como *Crónica de un verano*, de Jean Rouch y Edgar Morin.

Así como Rouch/Morin, Eduardo Coutinho participaba en todas sus obras como personaje que preguntaba, que dialogaba con los entrevistados. Es una técnica que inserta al documentalista en la historia, compartiendo con ello la credibilidad de lo que es revelado en la narrativa. Ello venía ocurriendo desde el principio de su filmografía. Aunque *Cabra marcado para morrer* fue presentada en 1985, fue la primera obra producida por Coutinho, en 1964, cuando la Dictadura Militar declaró prohibida dicha producción. En esa obra, Eduardo Coutinho no participaba directamente, como era su estilo, mas construía una narrativa híbrida a partir de la interpretación de los personajes por sus protagonistas en la vida real. Pero al finalizar la obra, 21 años después, el cineasta produjo una estética totalmente *cinema vérité*, con un personaje fundamental en toda la narrativa: Eduardo Coutinho –el mismo que fue a aprender cine a Francia, cuando Jean Rouch y Edgar Morin enseñaban al mundo lo que era el *cinema vérité*.

Otra característica de Coutinho, que provenía de su formación, era la manera cómo descubría las informaciones. Para ello, el cineasta adoptaba como técnica el rescate de la memoria de la imagen, empleada por algunos pocos cineastas, como el francés Claude Lanzmann, autor de importantes obras documentales. Su principal obra es "Shoah" (1985), que presenta en 9,5 horas escenas sin textos o voz *over*. Además, es una obra debatida no solamente por el tiempo de duración de la película, sino también por la técnica adoptada y la adopción de cámara oculta, considerada por algunas corrientes como no permitida en documentales. Con esta técnica, Coutinho promovía un diálogo, que venía a ser al mismo tiempo un interrogatorio, con pruebas físico/visuales/sensitivas. Por ejemplo, en casi todas sus obras, Coutinho presentaba al entrevistado algo que provocaba la evocación de algún hecho ocurrido en el tiempo que interesaba al documental. A partir de la reacción de memoria sobre el objeto (podía ser una fotografía, una prenda de ropa, una herramienta, una pieza de comida o incluso una situación), Coutinho introducía las preguntas. Es imposible contener la emoción al revisar algo, o incluso sostener la mentira cuando se está frente a una verdad (pues la prueba es una verdad). Ésa, seguramente, era una técnica que surgió a partir de las técnicas conocidas en el programa de Derecho, donde Eduardo Coutinho fue estudiante por un tiempo. Y es su principal característica, aparte de otras que veremos más adelante.

#### 4. Encuadres de Eduardo Coutinho

Aunque algunos documentales destaquen como los más conocidos, es muy difícil descubrir cuáles son las principales obras de Eduardo Coutinho. Ello se debe a su diferencia con respecto a los demás artistas de su tiempo, especialmente de Brasil, y también por la capacidad de crear una estética y una técnica de producción documental que incluso llega a provocar que algunos académicos lo definan erróneamente como teórico. En realidad, Coutinho no fue un teórico y ni siquiera era ése su interés. Aunque haya experimentado con muchas técnicas que podrían transformarse en teorías (y que surgían de su cabeza con esa característica), Coutinho no las defendió, dejándolas dispersas en el territorio académico. Eso es común entre cineastas que probaron diversas técnicas de producción, aunque no las transformaron en teorías, como DzigaVertov, que desarrolla algunos manifiestos, solamente.

Pero entre sus obras, seguramente, *Cabra marcado para morrer* es la más importante. Según Henri Gervaiseau (2000), la obra es para el cine documental brasileño lo mismo que *El hombre de la cámara* (1992), de DzigaVertov, para el documental mundial. A partir de esta obra, no solamente se descubrieron técnicas documentales, sino que también se consiguió una difusión más significativa del género en el país.



Imagen 01: "Cabra marcado para morrer", con el rescate de la memoria de la imagen como técnica.

Inicialmente fue ideada para contar la historia del asesinato del líder de las Ligas Campesinas, João Pedro Teixeira. En la película, diversos personajes asumirían la interpretación de su propio papel, como Elizabeth Teixeira, viuda de João Pedro, que se recreaba a sí misma en la película. Lamentablemente, cuando llevaba dos semanas de rodaje, los militares ejecutaron el Golpe Militar de 1964 y prohibieron la producción.

En 1985 y con pocas imágenes producidas (pero suficientes para emprender un nuevo proyecto), aquello que debía ser una película de ficción de realidad pasó a ser un documental, en el que Elizabeth Teixeira intentaba encontrar a sus hijos por diversos puntos del país. A cada momento, Eduardo Coutinho (uno de los personajes, que ayudaba a Elizabeth) exhibía escenas de la producción original y registraba las reacciones de los participantes en el momento actual. Esto es fundamental para la obra –la reacción de los participantes–, pues allí estaba la noticia, especialmente cuando el tema era Brasil antes y después de la Dictadura Militar. El documental recibió 12 premios internacionales, distribuidos en países como Brasil, Cuba, Francia, Alemania, Portugal, etc.



Imagen 02: Versión original (ficción de realidad) de "Cabra marcado para morrer"



Imagen 03: El mismo personaje en la versión documental de "Cabra marcado para morrer".



A partir de *Cabra marcado para morrer*, Coutinho ganó notoriedad en el medio audiovisual, dejando el programa *Globo Repórter* y pasando a dedicarse a la producción de documentales en videos para el CECIP, Centro de Creación de la Imagen Popular, con contenidos relacionados con la ciudadanía y la educación. Es entonces cuando surgía una obra fundamental en su trayectoria: *Santa Marta –Duas semanas no morro* (1987). En la obra, Coutinho presentaba temas relacionados con el prejuicio y la violencia urbana y se proponía dejar en evidencia las condiciones precarias para la producción del documental. Era la primera vez que se exponía la relación entre favela y ciudad después de *Cinco vezes favela*, de 1962.



Imagen 04: "Santa Marta –duas semanas no morro".

Pero, en otro momento, Eduardo Coutinho volvía a las favelas cariocas (gentilicio asignado a las personas que nacen en Rio de Janeiro, Brasil), aunque con un argumento central diferente. En *Babilonia 2000* (2000), el documentalista se propuso retratar cómo los personajes de las favelas de Río de Janeiro esperaban el nuevo siglo y, obviamente, los valores que los diferenciaban respecto a los habitantes de las regiones pudientes de la ciudad. Entre dichos valores se encontraba la preocupación por el futuro, la violencia y el sexo. Coutinho pasó a convivir con algunos moradores de favelas durante los preparativos finales de la fiesta de Año Nuevo. Se trata de registros especiales, pues los noticieros siempre cubren los preparativos de los ciudadanos de mejores condiciones económicas y no los de los habitantes de la *favela carioca*.

En esa obra, Eduardo Coutinho se dio a conocer como un ciudadano preocupado efectivamente por registrar a los ciudadanos de verdad y no el cuento de hadas, el sueño americano que conocemos en algunas obras audiovisuales. Según Jean-Claude Bernardet (2003), Eduardo Coutinho consiguió mostrar al pueblo como es, sin maquillaje, sombras ni falsas sonrisas.



Imagen 05: Los personajes Eduardo Coutinho y Dody, en "Babilonia 2000".

Otra obra innovadora de Coutinho fue *Edificio Master* (2002), para la cual el director decidió vivir durante tres semanas dentro del edificio, con todos los integrantes de la producción. El edificio estaba situado en una región noble de Río de Janeiro, pero contaba con aproximadamente 500 habitantes pertenecientes, en gran parte, a los estratos más bajos



Imagen 06: Personajes durante entrevista en "Edificio Master".

En el documental, Eduardo Coutinho empleaba una mezcla de técnicas del periodismo gonzo, creado por el periodista estadounidense Hunter Thompson, quien desarrollaba sus trabajos periodísticos a partir de una inmersión en el tema (algunas veces de manera exagerada).



Imagen 07: Residencia de Coutinho durante las grabaciones de "Edificio Master".

La obra desplegaba un amplio repertorio de miradas, desde la perspectiva de sus propios habitantes, manifestando, incluso, sus variadas personalidades. Cada uno de ellos ofrecía sus impresiones sobre los vecinos y también sobre la vida al interior de un conjunto habitacional en el que convivían más de 500 familias, las cuales exhibían una notable diversidad social, cultural, sexual y religiosa, semejante a la de una ciudad. Con el apoyo casi exclusivo de entrevistas, Coutinho montó una obra básicamente sin imágenes de apoyo; éstas se presentaban sólo en la apertura y el final.

Ahora bien, uno de los trabajos de Coutinho más expresivos en materia de experimentación e innovación fue el documental *Jogo de cena* (2007), que hacía una mezcla directa y casi imperceptible entre ficción y realidad. Con ese fin, el director publicó una nota en un periódico, invitando mujeres a contar sus historias personales. En un estudio, 83 candidatas se presentaron y revelaron sus vidas ante una cámara. A partir de esa primera aproximación, 23 historias se escogieron para ser representadas nuevamente frente a una cámara, pero esta vez por actrices –con sus propias interpretaciones y emociones- y en el teatro Glauce Rocha, en Río de Janeiro. Al final, ¿se trataba de un documentalista haciendo ficción?

Eduardo Coutinho definía su obra como un "documental impuro", por ofrecer contenidos reales, pero por medio de nuevas voces, de nuevas mujeres, con nuevas emociones (reales o no) a partir de lo real. Y lo hacía de manera sensible y conmovedora, construyendo una relación tenue entre la ficción y la realidad, dando materialidad a aquella discusión existente entre Roger Odin y Christian Metz sobre ficción y realidad. Los dos franceses defendían interpretaciones contrapuestas en relación con la existencia de la realidad fílmica. Para Christian Metz (Renó, 2012), no existía documental, pues toda interpretación estaría construida a partir de la autoedición por parte del entrevistado. Nadie dice lo que piensa, pues teme ser malinterpretado. Por su parte, Roger Odin (1984) consideraba que no existía obra de ficción, pues todo actor, al interpretar, traería consigo un poco de su personalidad y su impronta personal. Es decir, todo personaje de ficción tendría al menos un poco de realidad. Todo es documental.



Imagen 08: Personaje hablando de sí en "Jogo de cena".

Coutinho representó esa discusión sobre el documental de una manera artística, como siempre lo hizo, pero esta vez con la ayuda de actrices, algunas profesionales y otras desconocidas. Estableció un juego entre la ficción y la realidad. En una entrevista, justificó su juego, diciendo que "una cosa bien contada es verdadera, sin preguntarnos si ella es verdadera o no. Bien contado, todo es verdadero". Con base en dicha experimentación, una revisión sobre los conceptos de documental y de la distancia entre el documental y la ficción pasa a ser necesaria. Bill Nichols, Fernão Ramos, Roger Odin, entre otros teóricos del cine documental, merecen ser reconsiderados, pues la esencia del experimento en este juego de escena de Coutinho –aunque él mismo no defiende la tesis– puede transformarse en nuevos e interesantes conceptos teóricos sobre el documental.



Imagen 09: Personaje desconocido de "Jogo de cena", hablando de su vida.



Imagen 10: Escena de "Jogo de cena", con la actriz MaríliaPêra haciendo una mezcla de historias de otros personajes.

En realidad, toda la filmografía de Eduardo Coutinho merece una atención especial, ya sea en lo que concierne a la experimentación, la preocupación social y ciudadana, el campo artístico o incluso como reflexión acerca del propio

género. En todos esos terrenos, Coutinho siempre ofreció sus contribuciones y lo hizo con imágenes en movimiento, lo cual es precisamente el rasgo diferencial del cine. Eso es, de alguna manera, lo que hizo Kuleshov, al crear la mujer ideal (fenómeno conocido como el efecto Kuleshov) para justificar la importancia –y el poder– del montaje audiovisual para construir verdades o impresiones. Resulta injusto –como, por lo demás, nos vemos obligados a hacer en este texto– escoger sólo algunos ejemplos entre toda su obra. Pero, al mismo tiempo, es un ejercicio académico necesario y también una invitación a conocer mejor “los encuadres” de Eduardo Coutinho, a partir de la filmografía que se puede encontrar parcialmente en internet.

## 5. Conclusiones

Como se dijo al principio, el mundo del cine documental perdió uno de sus más importantes autores, reconocido incluso por la Academia de Hollywood, que lo invitó a participar como miembro de su jurado a partir de 2014. No pudo asumir el nombramiento, debido a la fatalidad de su muerte. Aunque no se pueda decir que la academia estadounidense realice siempre las mejores elecciones, la nominación de Eduardo refleja en alguna medida la relevancia de este cineasta para el cine documental.

Seguramente, Coutinho es mucho más que sinónimo de buenas obras documentales. El director ofreció a la sociedad una manera de contar las historias y de observarlas. Al construir *Cabra marcado para morir*, introdujo la técnica de rescate de la memoria de la imagen, haciendo que los participantes dejaran aflorar frente a la cámara sus emociones, a partir de sus recuerdos. Y, en forma paralela, ofreció un debate sobre Brasil con y sin dictadura militar (de cierta manera, introduciendo un debate social del mismo nivel que el que propuso *Crónica de un verano*, de Jean Rouch y Edgar Morin). En *Santa Marta—duas semanas no morro*, experimentó por dos semanas lo que podría ser una investigación gonzo y volvió a adoptar esa técnica de apropiación e inmersión en *Edifício Master*, esta vez con una sensibilidad de aún mayor profundidad. Consiguió que sus sensaciones en relación con el conjunto habitacional fueran casi tan reales como las de los moradores que allí construían sus historias cotidianas.

Las secuencias de *Babilônia 2000* son de un Eduardo Coutinho periodista, aunque no haya sido ésa su formación académica. En ellas, el cineasta presentó al mundo una sociedad desconocida, así como sus deseos, sueños y esperanzas. En realidad, un mundo que los periódicos deberían enseñar, pero al que no tienen interés en aproximarse.

Pasamos, luego, a considerar su obra más significativa, en lo que concierne al género documental. Con *Jogo de cena*, Coutinho provocó una reflexión sobre el género, que lo consagró como artista y profesional de la comunicación audiovisual. Con tal propósito, desmitificaba su propio producto, su propio arte, afirmando que cualquier cosa era documental y cualquier cosa era ficción; es decir, podemos construir nuestras verdades y ellas constituyen la base de la construcción de una buena historia.

Al final, llegamos a la conclusión de que Eduardo Coutinho fue más que un documentalista. En realidad, podemos considerarlo un teórico/técnico/esteta, pues, a partir de sus técnicas y su estética, muchas teorías han podido llegar a edificarse, especialmente por parte de aquellos que han intentado reproducir sus técnicas y estética, defendiéndolas con base en los resultados obtenidos. Se trata de una necesidad de desarrollo académico aplicado, en que el experimento viene antes de las conclusiones, que no son otra cosa que la interpretación de los resultados empíricos.

El mundo se quedó sin Eduardo Coutinho, pero su legado perdura, enseñándonos a entender qué temas pueden incluirse en el género documental (es decir, todos los temas), las maneras posibles para elaborar las obras (es decir, cualquiera manera), la frontera entre ficción y realidad (es decir, ninguna frontera, aparte de nuestros ojos) y, finalmente, el valor de la memoria y la emoción, presentes en todos los documentales en que se aplica el rescate de la memoria de la imagen. Efectivamente, Eduardo Coutinho es un ejemplo para el documental.

### Investigación financiada

Financiadora: [Pró-reitoria de Pesquisa \(PROPe\)](#), edital “PrimeirosProjetos”, [proceso 0242/001/14 – PROPe/CDC](#)

## 6. Referencias bibliográficas

R Bedoya; I L Frías (2003): *Ojos bien abiertos – el lenguaje de las imágenes en movimiento*. Lima: Fondo de desarrollo editorial. J C Bernardet (2003): *Cineastas e imagens do povo*. São Paulo: Companhia das Letras.

M Galán Zarzuelo (2012): “Cine militante y videoactivismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales”. En *Revista Comunicación*, v.1, nº 10, pp. 1091-1102.

H Gervaiseau (2012): *O abrigo do tempo – abordagens cinematográficas da passagem do tempo*. São Paulo: Alameda.

L Manovich (2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación – la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.

C Mateos; M Rajas (2014): “Videoactivismo: concepto y rasgos”. In G Bustos et al (Eds.) (2014): *Videoactivismo – acción política, cámara en mano*. Cuadernos Artesanos de Comunicación. La Laguna: Latina.

B Nichols (1997): *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós.

R Odin (1984). *Film documentaire, lectura documentarizante: cinemas et réalités*. Paris: CIEREC – Université de Saint-Étienne.

F P Ramos (2008): *Mas afinal... o que é mesmo documentário?* São Paulo: SENAC.

V Reia-Baptista, A Burn, M Reid, M Cannon (2014): "Literacia Cinematográfica: Reflexión sobre los modelos de educación cinematográfica en Europa". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 69, pp. 354 - 367. [http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1015\\_UK/18ves.html](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1015_UK/18ves.html)

D Renó; E Gonçalves (2014): "Diversidad en la lengua: a intertextualidade cinematográfica em A Antena". In: E Gonçalves (Ed.) (2014): *El pensamiento comunicacional a través del cine*. Quito: CIESPAL.

D Renó (2013): "Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia". En: *Revista DOC Online*, nº 14 – agosto, 2013. [www.doc.ubi.pt](http://www.doc.ubi.pt) - pp 93-112.

D Renó (2012): *Cinema documental interativo e linguagens audiovisuais participativas: como produzir*. Tenerife: Universidad La Laguna.

D Renó (2008): "El montaje audiovisual como base narrativa para el cine documental interactivo: nuevos estudios". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 63, pp. 83 -90. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.

Recuperado el 10 de agosto de 2014 de:

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/08\\_Brasil/2008\\_Denis\\_Porto.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/08_Brasil/2008_Denis_Porto.html).

D Renó (2007): "Youtube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 62. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperado el 21 de diciembre de 2014 de: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm)

F Vanoye.; A Goliot-lété (2008): *Ensaio sobre a análise fílmica*. Campinas: Papirus.

I Xavier (1983). *A experiência do cinema: antologia*. Rio de Janeiro: Graal

#### - Filmografía

*Cabra marcado para morrer* (1985), de Eduardo Coutinho.

*Santa Marta—duas semanas no morro* (1987), de Eduardo Coutinho.

*Babilônia 2000* (2000), de Eduardo Coutinho.

*Edifício Master* (2002), de Eduardo Coutinho.

*Jogo de cena* (2007), de Eduardo Coutinho.

---

#### CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

D Renó, C Campalans Moncada, L Renó (2015): "Técnicas y lenguajes documentales por el brasileño Eduardo Coutinho". *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 174 a 186.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1041br/11es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1041](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1041)

Artículo recibido el 14 de diciembre de 2014. Aceptado el 22 de febrero.

Publicado el 28 de febrero de 2015.

# Las nuevas redacciones, el ‘Big Data’ y los medios sociales como fuentes de noticias

Denis RENÓ

Universidad Estadual Paulista – UNESP (Brasil)  
denis.reno@faac.unesp.br

Luciana RENÓ

Universidad Complutense de Madrid – UCM (España)  
luciana.lorenzi@gmail.com

Recibido: 16 de julio de 2015

Aceptado: 18 de septiembre de 2015

## Resumen

Desde el surgimiento de la Internet, el posterior desarrollo de la web 2.0 y sus posibilidades narrativas, el periodismo ha dejado de ser lo mismo gracias a los espacios compartidos (medios sociales) y a la investigación de contenidos por algoritmos (Big Data). El artículo propone, basándose en una investigación bibliográfica y documental, además de la observación empírica del mercado y desde el punto de vista del participante, una comprensión sobre la composición de las redacciones contemporáneas y la producción de contenidos transmedia al mismo tiempo que pretende dar una visión de datos a partir de los medios sociales. Se espera por lo tanto proponer una reflexión sobre la relación profesional y cognitiva entre periodistas y profesionales del campo de la tecnología.

**Palabras clave:** Comunicación, Periodismo, Tecnología, Medios sociales, Narrativa transmedia.

## The newsroom, Big Data and social media as information sources

### Abstract

Since the emergence of the Internet, the further development of Web 2.0 and its narrative possibilities, journalism is no longer the same thanks to shared spaces (social media) and research of contents algorithms (Big Data). The article proposes, based on a bibliographic and documentary research, and empirical observation of the market and from the point of view of the participant, an understanding of the composition of contemporary newsrooms and production of transmedia content while intended to give a view data from social media. It is expected therefore to propose a reflection on the professional and cognitive relationship between journalists and professionals in the field of technology.

**Keywords:** Communication, Journalism, Technology, Social media, Transmedia storytelling.

### Referencia normalizada

RENÓ, Denis y RENÓ, Luciana (2015): “Las nuevas redacciones, el ‘Big Data’ y los medios sociales como fuentes de noticias”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Núm. especial diciembre, págs.: 131-142. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Las redacciones tradicionales. 4. El algoritmo como herramienta para la “big” investigación de datos. 5. Las redacciones contemporáneas. 6. Los medios sociales y la noticia. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

## 1. Introducción

Los cambios que involucran el periodismo contemporáneo provocan una necesaria revisión de las diversas características de la profesión, desde los procesos de construcción de la opinión pública por parte del lector/usuario hasta la configuración de las redacciones y las funciones que en ellas se definen. El escenario contemporáneo ofrece una nueva visión sobre la formación básica del periodista y provoca cambios en la filosofía de la profesión, como la exclusividad del ejercicio de la actividad por parte de los periodistas graduados y la circulación de la información a partir de los medios.

Estos cambios implican, básicamente, el surgimiento de tecnologías y narrativas que definen los nuevos formatos y procesos de representación de la noticia y la búsqueda de informaciones que se integran en las nuevas plataformas de comunicación y en los dispositivos contemporáneos, interactivos y móviles y exigen una relación entre el conocimiento del contenido y el dominio de la tecnología. Una de las variaciones más expresivas se encuentra en el proceso de recogida y cruce de datos informativos – una evolución del método RAC<sup>1</sup> (Reportagem Assistida por Computador), denominado por Dader (1997) como Periodismo Asistido por Ordenador, resultante del desarrollo del fenómeno *Big Data*, es decir, datos propios y limpios, presentes en la Internet y que sirven como fuente de análisis, interpretación y reconstrucción de la información (Renó y Flores, 2014). Este método exige un conocimiento sobre tecnología de la información, específicamente sobre el algoritmo. Otro cambio sustancial se evidencia en el campo del lenguaje comunicacional contemporáneo, que envuelve los tradicionales recursos hipermedia. Con el desarrollo de las narrativas transmedia por parte de los ciudadanos (Renó, 2014), ese lenguaje ocupa un espacio cada vez más expresivo en los procesos mediáticos. Sin embargo, para el desarrollo de estos contenidos es necesaria la presencia de expertos en tecnología, especialmente para trabajar con la construcción de los nuevos espacios o definir nuevos procesos de investigación de datos por algoritmos.

De hecho, las corrientes conservadoras que estudian el periodismo consideran fundamental que esa actividad sea exclusiva para los periodistas graduados en la profesión. La misma opinión es defendida por periodistas profesionales que, tal vez en búsqueda de una reserva de mercado o por la defensa de los dogmas de la profesión, reciben de manera negativa a los profesionales resultantes de otras profesiones en las redacciones. Es una actitud incoherente con la realidad presentada en el párrafo anterior, inevitable en el mundo de la noticia contemporánea, donde los medios sociales son espacios de descubrimiento de diversas informaciones de interés público.

El presente artículo ofrece una discusión sobre las tendencias de la profesión, especialmente *el Big Data* como procedimiento y los medios sociales como fuentes, además de dar una visión sobre la necesidad de una ampliación de funciones dentro de las redacciones. Son cambios que están siendo puestos en práctica por periódicos de Estados Unidos e Inglaterra, y empiezan a ser visibles en otros países, como Brasil, al mismo tiempo que comienzan a ser percibidos en programas universitarios que buscan una actualización de sus proyectos pedagógicos y, en sintonía con el mercado, mezclan conocimientos periodísticos con teorías y técnicas de sistemas de información.

## 2. Metodología

Para el desarrollo de la investigación se emplearon como métodos científicos la investigación bibliográfica y documental, además de la observación empírica del mercado en sí. Por otro lado este artículo se ha basado también en la observación participante

---

<sup>1</sup> Como debate Nilson Lage (2003), el método RAC es una práctica periodística que se aproxima a las técnicas y las teorías de la Ingeniería de la Computación, obligando a una aproximación entre periodistas y profesionales de ese campo profesional.

para entender estas transformaciones, específicamente en lo que a la producción de contenidos transmedia y la recolección de datos a partir de medios sociales se refiere.

A partir de esto, se han estudiado ejemplos sobre la utilización de medios sociales en la investigación periodística, además de ejemplificar situaciones en las que se pone de manifiesto cómo las redacciones han adoptado la contratación de profesionales de tecnología para trabajar como periodistas. Se trata de una tendencia que, a partir de los ejemplos presentados, queda clara y apunta hacia el desarrollo futuro de la profesión, tanto en el campo de los procedimientos como en la estructura de las empresas de comunicación periodística.

Las expectativas, tras los resultados obtenidos del estudio, denotan que la relación profesional existente entre periodistas y profesionales de tecnología está aceptada por las corrientes que no creen en un periodismo interdisciplinario, un hecho que puede ser considerado positivo a la hora de ejercer el periodismo, puesto que, de esta manera, podrán aprovecharse mejor las técnicas de investigación, como podría ser el caso de los medios sociales – un reflejo social en un mundo virtual.

### 3. Las redacciones tradicionales

Tradicionalmente, las redacciones se han constituido por un equipo de periodistas que, a partir de conceptos apoyados en las ciencias sociales, desarrollaron sus actividades en búsqueda de informaciones y de la construcción de contenidos que representen de alguna manera u otra la realidad observada, o compilada. Esos equipos, compuestos por periodistas graduados y por profesionales prácticos (destacados en la profesión, aunque sin formación específica), siguen técnicas que se aproximan al origen del periodismo: la búsqueda de informaciones acudiendo directamente a las fuentes y/o a los documentos. A pesar de ello, desde el surgimiento de la Internet el contacto con la noticia quedó lejano. Nacieron así los llamados “periodistas de oficina”, que no salen de sus redacciones en búsqueda de noticias porque consideran la Internet como un canal eficaz en la relación con las fuentes, teniendo como herramienta el teléfono o, recién implantado, el WhatsApp. Estos canales son relativamente confiables si tenemos en cuenta que los niveles de interactividad (Thompson, 1998) ofrecidos son limitados. No podemos observar las **dejas** simbólicas presentes en la fisonomía de quien habla. Tampoco podemos tener la certeza de que la persona responsable del diálogo desde el otro lado del teléfono (por ejemplo, en el caso del WhatsApp) es la misma con quien pensamos dialogar.

Sin embargo, con la popularización de datos abiertos en la Internet, el periodismo ha ganado un nuevo aliado en su práctica profesional: el periodismo de datos. Sandra Crucianelli, cuando administraba el taller de periodismo de datos de la Fundación Knight Center, declaró considerar que en realidad el periodismo de datos es lo mismo que el periodismo de base de datos, pero se le aplica una denominación más sencilla. También defiende que el periodismo de datos posee un poco de las características de otras modalidades de periodismo, como el periodismo de investigación (pues adopta técnicas propias de ello), el periodismo de profundidad, el periodismo de precisión y el reportaje asistido por ordenador. Es casi siempre necesario analizar los datos y utilizar plantillas de cálculos – el periodismo analítico – muy útil cuando se trabaja con



métodos analíticos para llevar esos datos a los sistemas de información geográfica. Además de esa mezcla de “periodismos”, también están involucrados en el periodismo de datos el gran volumen de información y la visualización interactiva. Por eso, el involucramiento de un profesional de tecnología se justifica al equipo de redacción para desarrollar tareas como extracción de datos, depuración, aplicaciones de noticias, entre otras actividades.

Los productos que pueden resultar del trabajo periodístico de datos son al menos de cuatro tipos: artículos basados en datos, visualizaciones de datos interactivos, conjunto de datos abiertos y aplicaciones de noticias (*News Apps*). Esta posibilidad cognitiva es defendida por Manovich (2013: 337) como epistemología del software, o sea, “cuando el metamedio informático es caracterizado por su extensibilidad permanente”.

Sin embargo, a pesar de poseer una proximidad con la tecnología, pocas redacciones aceptan la existencia de profesionales especializados en tecnología de procesamiento de datos en sus espacios profesionales. Esa defensa por el espacio periodístico era coherente en un momento cuando las noticias eran representadas por lenguajes tradicionales y las técnicas de investigación y de cruce de datos se limitaban al contacto visual, características que dejaron de ser una máxima del periodismo hace prácticamente 20 años, debido al surgimiento de la Internet y la utilización de la misma como herramienta de contacto, fuente de información y repositorio de datos. Aún así, algunas redacciones insisten en defender la hegemonía de profesionales graduados en periodismo en el ejercicio de la actividad profesional.

La justificación más común de esa defensa del espacio se ve respaldada por el conocimiento específico del periodismo – las técnicas de investigación y la selección de datos de interés público, así como los principios éticos que regulan la profesión. Obviamente, la observación de datos es algo que debe quedar bajo cuidado de los profesionales que tengan conocimiento sobre ello. Pero, las técnicas tradicionales no presentan eficacia alguna con las posibilidades existentes actualmente. Los datos están en las nubes, en la red, circulando en la Internet (o no, cuando se trata de datos propios). Es preciso definir los parámetros y los filtros para la búsqueda de datos y, por su parte, el aprovechamiento de los mismos.

También es fundamental construir contenidos que interactúan directamente con la sociedad a través de un lenguaje esperado por la audiencia, y no mediante una construcción de contenidos con lenguajes seculares que, hoy día, no ofrecen una producción de contenidos multiplataforma, además de no crear un marco de existencia de profesionales con un dominio claro de las tecnologías de construcción de espacios digitales, especialmente dirigidos a dispositivos móviles.

A pesar de ese escenario mutante, las diversas corrientes de periodistas y académicos afrontan la profesión como una actividad exclusiva del periodista. Sin embargo, el periodismo siempre fue interdisciplinar en su hacer, en su construir y en su reproducir. Es una actividad en equipo, con diversidad tecnológica y multiplicidad de lenguajes. Por esa razón, no aceptar la diversidad profesional es una incoherencia difícilmente explicable.

#### 4. El algoritmo como herramienta para la “big” investigación de datos

Para comprender las nuevas maneras de hacer periodismo, es fundamental que el periodista conozca el significado de la palabra (y el procedimiento) “algoritmo”. Suele ser un término que no forma parte de la realidad periodística, pero cuando se descubre cuál es su significado queda claro que es fundamental para el periodismo desde su existencia.

“Algoritmo” es aquello relacionado a toda y cualquier tarea esquematizada a ser realizada (como ocurre en el periodismo desde su surgimiento), pero, a pesar de ello, puede ser una noción acuñada especialmente a la búsqueda de informaciones en la red a partir de los conceptos de *Big Data*<sup>2</sup>. Son tareas destinadas a la búsqueda y el filtro de determinadas informaciones estrechamente relacionadas entre sí, una actividad para la cual los periodistas no tienen un conocimiento técnico, y, en estas condiciones otros profesionales les ganan espacio en las redacciones.

Algoritmo es una secuencia de pasos ordenados de manera lógica para la ejecución de una tarea finita o infinita. Básicamente, se trabaja con entrada(s), procesamiento y salida(s). Para que un computador pueda desempeñar una tarea es necesario que sea bien detallada, sin ambigüedad, en tiempo de ejecución establecido y con una condición final como objetivo. Los profesionales del campo de la tecnología poseen una habilidad natural para el desarrollo del raciocinio lógico, muy útil en el avance de un algoritmo, pero no se puede considerar una condicional para desarrollar este tipo de tarea.

A partir de un algoritmo bien elaborado, es posible que un profesional del campo de la tecnología ejecute su desarrollo en un lenguaje de programación – lenguaje que dialoga con el computador. Así, la tarea será ejecutada y el objetivo deseado será alcanzado. Cuanto más detallados son los parámetros establecidos y determinados dentro del algoritmo para que ese profesional lo convierta en programa, mejor será el resultado alcanzado.

En el caso del *Big Data*, como el volumen de datos es gigante – datos estructurados y no estructurados, variados y con una amplia velocidad – **unidad trina** del *Big Data*, el algoritmo es útil para auxiliar el procesamiento de toda esa cantidad y variedad de información. Es posible utilizar palabras clave, filtros, análisis, de acuerdo con el interés y la búsqueda hecha.

Debido a la cantidad, variedad y velocidad de las informaciones que están disponibles hoy, es necesario tener varios programas trabajando conjuntamente para llegar al objetivo planteado. Claro está, que el análisis final del resultado obtenido es fundamental para definir dónde se puede utilizar la información analizada. El estudio puede ser desarrollado conjuntamente entre el periodista y el profesional de tecnología, en una actividad interdisciplinaria.

---

<sup>2</sup> Popularizado en 2013, el *Big Data* es un método de recolección, aprovechamiento y reconstrucción de informaciones disponibles en la nube de la Internet y que tiene como propuesta la utilización de datos sucios y limpios.

## 5. Las redacciones contemporáneas

Estos nuevos modelos y herramientas para la producción de noticias, como el *Big Data*, han provocado cambios en la configuración de las redacciones de diversos países, a pesar del conservadurismo característico del periodismo en general. Esta nueva composición es el resultado de nuevos formatos narrativos y tecnologías involucradas en los procesos reconocidos, además de estar indirectamente relacionada con los nuevos modelos de negocio. De este modo, ejercer el periodismo y administrar los medios necesarios se complementan de alguna manera, dando lugar a una agilidad más expresiva en búsqueda de resultados.

Por esta misma razón, importantes medios de comunicación, como *The New York Times*, cuentan con Arthur Ochs Sulzberger Jr., graduado en Ciencias Políticas por la Universidad de Tufts, Massachusetts (E.U.A.), como editor o, en la posición de director de ejecutivo, con la colaboración de Dean Baquet, que ha estudiado periodismo en la Universidad de Columbia, pero ha abandonado el programa.

Siguiendo esta misma línea, diversas universidades estadounidenses buscan mezclar asignaturas sobre elaboración de algoritmos y/o programación de base de datos en los programas de formación de periodistas. La universidad de Columbia ha creado en 2014 una maestría en Comunicación que abarca diversas líneas de investigación y disciplinas sobre el tema, lo que refleja esa demanda y la necesidad de una mejor capacitación de los nuevos periodistas.

En su afán de observar el periodismo y sus transformaciones como práctica y negocio, el investigador peruano afincado en España, Jesús Flores (2014), presenta un perfil de los profesionales de redacción contemporánea. En su estudio, además de observar las redacciones y sus nuevas configuraciones, Flores cuestiona el comportamiento de los medios preocupándose por el futuro de los profesionales tradicionales. Según el autor:

“Diferentes perfiles profesionales son descritos y analizados por expertos y estudiosos en la evolución del periodismo, factor que demuestra como los medios se están adaptando a los nuevos entornos, de modo que si no lo hacen corren el riesgo de, sencillamente, desaparecer del espacio mediático. ¿Pero, como graduar periodistas multimedia para redacciones integradas?” (Flores, 2014: 89).

El autor defiende que “los periódicos dejan de ser empresas periodísticas para convertirse en organizaciones de noticias (de *Newspapers* a *News Organizations*) con nuevos desafíos, adoptando nuevas formas narrativas y desarrollando nuevas formas de hacer negocio” (Flores, 2014: 90). Esas nuevas narrativas, que transitan entre una hipermedia avanzada y una narrativa transmedia (Renó, 2014), exigen una aproximación conceptual entre el periodista y el profesional de tecnología de la información. Esa aproximación puede coexistir con la configuración de una redacción interdisciplinaria o a partir de la formación académica con **syllabus actualizado**, donde los contenidos de los dos campos (periodismo y tecnología de la información) se enseñen a los nuevos profesionales. Lo que queda claro es que el mercado debe prepararse para una reformulación de la actividad periodística, como puede ser observado en diversos medios. Según Alberto Cairo (*apud* Flores, 2014: 101), “algunas

redacciones se reorganizan para un futuro en el que los datos se transformarán en un medio y en el que las técnicas narrativas tradicionales se fundirán con presentaciones interactivas complejas”.

En realidad, esos cambios venían siendo prorrogados desde el surgimiento de la Internet. Tal vez por esa misma razón el periodismo es la actividad comunicacional que presenta el desarrollo más tardío, frente a otras actividades, como la publicidad, la ficción o la educación. Sin embargo, las universidades observan que hay una necesidad de mejora en esto sentido y empiezan a construir proyectos pedagógicos que apuntan hacia una interdisciplinariedad dirigida también a la tecnología, y no solamente a las ciencias sociales. Según Flores (2014: 106), esa preocupación ha llegado a diversas universidades, incluyendo las más tradicionales:

Ernest Sotomayor, asistente de servicios profesionales de la Escuela de grado de Periodismo de la Universidad de Columbia, menciona que todos los estudiantes de su programa de maestría profesional en Ciencia de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia se gradúan con destrezas multimedia básicas.

Aún así, según el autor, “para Eldra Gillman, directora de contrataciones y educación de la CBS Corp., cualquier estudiante con destrezas tecnológicas se encuentra muy arriba de quien necesita capacitación” (Flores, 2014: 106). Obviamente, este es el retrato del mercado que, unido con la universidad, está promoviendo una modificación en el perfil de las principales redacciones contemporáneas.

De hecho, algunas corrientes de mercadeo y académicas insisten en un conservadurismo sobre la configuración de las redacciones, sin tener en cuenta las nuevas prácticas y maneras de descubrir fuentes y noticias ni las tecnologías disponibles para construir los contenidos periodísticos contemporáneos. Según Luciano Martins Costa, periodista y columnista del portal *Observatorio da Imprensa*<sup>3</sup>, la noticia está más en las manos de las empresas de periodismo. Para Costa (2014: web) “el dominio de empresas de tecnología en la producción y distribución de contenido informativo y de opinión está creando una nueva esfera pública, cuyos controladores no están preocupados por la transparencia y la ética”. Sin embargo, es importante cuestionar si las empresas de periodismo se responsabilizan de la transparencia y la ética, teniendo en cuenta algunos ejemplos recientes del periodismo brasileño (la entrevista con la presidenta Dilma Rousseff en las elecciones presidenciales de 2014 realizada por el noticiero *Jornal Nacional*, o la revista *Vêja*, edición 2.397 de 24 de octubre de 2014, entre otros casos).

El miedo manifestado en el artículo de Costa se refiere a la decisión sobre lo qué es o no es noticia, así como la manera de destacarlo, todo a partir de conceptos de algoritmo. De hecho, tanto Costa como los autores a los que él mismo hace referencia en el artículo se equivocan al pensar que la propuesta de contratar profesionales de tecnología de la información en las redacciones está limitada a la creación de algoritmos capaces de escoger y destacar noticias, sin considerar que estos profesionales pueden actuar en conjunto con periodistas, puesto que están preparados para colaborar con la selección y el

---

<sup>3</sup> *Observatorio da Imprensa* es un importante espacio mediático brasileño que debate sobre el periodismo en sí. Es una referencia sobre el tema en los medios de comunicación.

análisis de lo que es o no es noticia. Se trata de un trabajo colectivo, donde cada uno hace lo que mejor sabe hacer, a partir de su preparación profesional. Esa colaboración laboral destaca también en otros campos profesionales, como la medicina. El periodismo, por su importancia social, saldría beneficiado de esa inevitable unión, especialmente en una sociedad que ofrece informaciones por diversos espacios, como puede ser a través de los medios sociales, y los comparte con sus grupos personales.

## 6. Los medios sociales y la noticia: nuevo escenario

Cuando pensamos en medios sociales y noticia, la primera cosa que nos viene a la mente es la circulación de la información. En realidad, los medios sociales constituyen una eficaz herramienta para promocionar la circulación de la información, pero no está limitada solamente a eso, si tenemos en cuenta el tema relacionado con el *Big Data*.

Podemos considerar que el *Big Data* es una estrategia de investigación de datos en la web a partir de algoritmos apropiados para el cruce de datos propios y limpios. La labor de cruzar los datos sigue un parámetro que contiene, además de los códigos de programación y la definición de tareas y secuencias, la definición de palabras claves o términos que son buscados. Eso ocurre, por ejemplo, al empezar una búsqueda en Google, pues lo que hacemos es definir las palabras y el programa contesta con los resultados sobre los temas en cuestión. La diferencia es que Google ofrece, normalmente, datos limpios y disponibles, oficiales o no, mientras el *Big Data* propone que se siga más allá de lo limpio.

En este sentido, Lev Manovich (2013) presenta la idea de que hoy en día el software sigue al mando, es decir, necesitamos del software para entender y desarrollar tareas en la web, no solamente para descubrir informaciones, sino también para realizar procedimientos personales o profesionales en la nube. El autor propone que:

Convertir todo en datos y usar algoritmos para analizarlo, cambia lo que significa conocer algo. Crea nuevas estrategias, unidas, conllevan a una epistemología del software. La epistemología es una rama de la filosofía que se interroga sobre lo qué es el conocimiento, cómo se adquiere y en qué medida un sujeto puede ser conocido. El código digital, la visualización de datos, los GIS, la búsqueda de información, las técnicas de aprendizaje automático, el constante incremento de la velocidad de procesadores y el descenso de sus costes, las tecnologías de análisis de *big data*, los medios sociales y otras partes del moderno universo tecno-social introducen nuevas formas de adquisición de conocimientos y, en el proceso, redefinen lo que es el conocimiento. (Manovich, 2013: 337-338)

Manovich propone el desarrollo de algoritmos para obtener resultados concretos a partir del concepto de *Big Data*. El trabajo de búsqueda en la nube se hace por los algoritmos desarrollados específicamente para la tarea.

Por ejemplo, siempre es posible inventar nuevos algoritmos (o nuevas formas de escalar algoritmos existentes para analizar más rápido el *big data*) que puedan analizar los datos existentes hoy en las formas en las cuales los algoritmos previos no podían. Como resultado, podemos extraer patrones adicionales y generar nuevas informaciones de los datos viejos ya analizados. (Manovich, 2013: 338)

El autor también hace una discusión sobre la relación entre los usuarios y los medios sociales. Para Manovich, la utilización de estos espacios es casi libre y los usuarios publican lo que deciden publicar. Es un espacio donde las informaciones pueden surgir de manera natural. Según el autor:

Los desarrollos de los años 90 se han diseminado a cientos de millones de personas que están escribiendo blogs, subiendo fotos y videos a los sitios sociales, y usando de forma libre (o casi libre) herramientas de software de producción y de edición que hace algunos años costaban decenas de miles de dólares. (Manovich, 2013: 1)

De hecho, los medios sociales son responsables del descubrimiento de informaciones diversas por parte de los periodistas contemporáneos. Actuar como periodista sin tener una cuenta en los diversos medios sociales es como trabajar sin máquina para escribir en los años 1940. Las noticias fluyen en los medios sociales, y los ciudadanos tienen interés en hacerlas circular, como defiende Dan Gillmor (2005), para quien los ciudadanos contemporáneos son los “seres medio”.

Adoptar estrategias de construcción de la noticia a partir de la recolección de informaciones desde los medios sociales es común en el periodismo internacional, especialmente en situaciones extremas. En el año 2012, los periodistas estadounidenses cubrieron la trayectoria (y la destrucción) del huracán Isaac a partir de informaciones que circulaban en los medios sociales, especialmente en Twitter y YouTube. A partir de eso, algunos periodistas pasaron a definir esa recolección de informaciones como periodismo híbrido, por la mezcla existente de actividades y procedimientos en la búsqueda de la información, como propone la periodista Gina Masullo Chen en un texto publicado en Nieman Lab. Según Chen (2012: web), “La mezcla de medios me ofreció - acababa de mudarse de un país de huracanes tres semanas antes de la tormenta - una experiencia multimedia, que yo llamaría, incomparable con las viejas épocas de medios impresos, televisión y radio”. Eso ocurrió debido a la gran cantidad de informaciones existente en los medios sociales, muchos de ellos con la documentación audiovisual, un hecho que permitió realizar una comparación entre las diversas noticias sobre el tema y la publicación segura por parte de los medios tradicionales. Sin embargo, fue una superación posible para algunos periodistas, especialmente los que estaban acostumbrados a esa nueva realidad mediática y social, donde la noticia circula entre las personas y los periodistas asumen el papel de descubrirla y comprenderla.

En otro momento de 2012, también en los Estados Unidos, el periódico *The New York Times* creó una página web distinta para el cubrimiento de la destrucción provocada por otro huracán – Sandy –, que ha dejado Nueva York y Nueva Jersey sin accesibilidad, además de la falta de energía y de comunicación convencional. Para superar la ausencia de noticia por problemas incluso de accesibilidad, el periódico construyó un mapa interactivo con los contenidos publicados por los ciudadanos a partir de sus dispositivos móviles y de la tecnología *Foursquare* para descubrir si la localización y el registro eran realmente dónde y cuándo decían los usuarios. De esa manera, se configuró un mapa de Manhattan y de la región, con los puntos clave y las imágenes ofrecidas por los ciudadanos. Fue otro paso adelante en el proceso de construcción de la noticia a partir de medios sociales y de la participación ciudadana.

La página, bautizada como *A Map of Readers' Photos of Hurricane Sandy*<sup>4</sup>, fue publicada como parte de otras informaciones complementarias, como mapas interactivos sobre la condición climática de la región, la trayectoria del huracán Sandy por los Estados Unidos, etc. Sin embargo, la publicación con mejor audiencia fue la de fotos, que ofreció un registro visual por parte de los ciudadanos, ampliando la circulación del contenido de manera viral.



Imagen 1: Manhattan al fondo parcialmente sin luz (publicado por Reeve Jolliffe)



Imagen 2: El agua sobre la calle, en Manhattan (publicado por Kelsey G.)

<sup>4</sup> La página fue creada en conjunto con tecnología *Foursquare*. Disponible en: <http://www.nytimes.com/interactive/2012/10/30/nyregion/hurricane-sandy-reader-photo-map.html> [Consulta: 19/02/2015].

Sin embargo, esos cambios fueron posibles gracias a una redacción mixta, compuesta por profesionales del periodismo y de la tecnología de la información. Solamente así las ideas surgieron y ganaron cuerpo, tornándose reales y posibles. Eso es una prueba de que es fundamental compartir espacios, especialmente hoy, cuando la ecología mediática gana nuevos formatos y pasa a ser un complejo y amplio mundo diverso.

## 7. Conclusiones

El periodismo vive, hoy, un cambio expresivo, que no ocurre solamente fuera de las redacciones, sino también en los espacios profesionales, donde hace tiempo el dominio es del profesional graduado. Además, esto no es se da solamente en Brasil, donde el diploma de periodista no es una exigencia legal desde los primeros años del siglo actual, sino también en los países donde la exigencia jamás ha existido, como por ejemplo en Estados Unidos. Ha cambiada la manera de construir el discurso periodístico, pero también han cambiado el lenguaje, los procesos, la relación con las fuentes (ahora en medios sociales) y la configuración de la redacción.

Pero, estos cambios deben acoplarse a una nueva manera de pensar por parte de los profesionales actuales, especialmente en lo que a la relación con las fuente se refiere (ahora por detrás de una cuenta en Twitter o cosa parecida) y el trabajo compartido con profesionales de otras profesiones, como los del ámbito de la tecnología de la información. De hecho, los profesionales de tecnología de la información deben cambiar la manera de trabajar y pasar a aceptar las distintas miradas que contemplan al usuario y la accesibilidad, aunque eso ofrezca una dificultad de programación.

Sin embargo, estos cambios son inevitables y naturales. El ciudadano contemporáneo “nace” con esas habilidades – la digital y la narrativa –, lo que obliga a que la actividad periodística se ajuste. El creciente desarrollo de aplicaciones que proporcionan la programación de herramientas y páginas web, así como la producción de contenidos hipermediáticos, posibilita el desarrollo de espacios digitales de carácter informativo por parte de los ciudadanos. Y más: con posibilidades narrativas que se aproximan al videojuego y al entretenimiento acompañado de información, o “info-entretimiento” (Américo *et al.*, 2014: 126), estos contenidos pasan a competir de manera desigual con las tradicionales plataformas informativas.

Pero hay un reto a superar: la noticia frente al *Big Data* y los medios sociales. Aunque parezca sin credibilidad, estos espacios colectivos ofrecen informaciones muchas veces parecidas a lo que se puede conseguir en la calle. Otras veces, lo que se obtiene a partir de los medios sociales puede ser superior a lo que se consigue solamente hablando con las fuentes. Solo es necesario que los periodistas acepten esa nueva realidad para el desarrollo de la profesión.

En definitiva, consideramos que estos cambios son inevitables y deberían darse directamente en las clases de las universidades, no solamente con la implantación de asignaturas adaptadas a los programas de periodismo basadas en discusiones sobre tecnología, sino también a partir de una formación de docentes, donde las asignaturas tuviesen como responsables profesionales de tecnología, así como a través del establecimiento de actividades interdisciplinarias con otras asignaturas estrictamente periodísticas que necesiten de un *upgrade* experimental en el campo binario. Se trata de



una inevitable transformación del periodismo, y no es solamente una impresión apocalíptica del final o la pérdida de control, como apunta Costa (2014), entre otros académicos más conservadores.

## 8. Referencias bibliográficas

- AMERICO, Marcos; VIEIRA, Eloiza; y SOTTOVIA, Angelo (2014): “Realidade interativa: protótipo de telejornal interativo para TV Digital baseado no conceito de infotretenimento”. *Revista Trampas de la Comunicación y la cultura*. 77, vol. IV, en: <http://www.revistatrampas.com.ar/2014/10/realidade-interativa-prototipo-de.html> [Consulta: 23 de enero de 2015].
- CHEN, Gina Masullo (2012): “Hurricane Isaac coverage shows the promise of hybrid model for news”. *Nieman Lab*, 31/08/2012, en: <http://www.niemanlab.org/2012/08/hurricane-isaac-coverage-shows-the-promise-of-a-hybrid-model-for-news> [Consulta: 10 de enero de 2015].
- COSTA, Luciano M. (2014): “O novo sistema do poder”. *Observatório da Imprensa*, 827, 02/12/2014, en: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o\\_novo\\_sistema\\_de\\_poder](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_novo_sistema_de_poder) [Consulta: 13 de enero de 2015].
- DADER, José Luis (1997): *Periodismo de precisión. Vía socioinformática de descubrir noticias*. Madrid, Síntesis.
- FLORES, Jesús (2014): *Ciberperiodismo: nuevos medios, perfiles y modelos de negocio en la red*. Lima, Fondo Editorial USMP.
- LAGE, Nilson (2003): *A reportagem*. Rio de Janeiro, Record.
- LEVINSON, Paul (2012): *New new media*. New York, Pinguim.
- MANOVICH, Lev (2013): *Software takes command*. New York/London, Bloomsbury.
- RENÓ, Denis (2014): “Transmedia Journalism and the New Media Ecology: possible languages”. En: RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; GOSCIOLA, Vicente; y RUIZ, Sandra: *Periodismo transmedia: entre teorías y prácticas*. Barcelona, Oberta Press.
- RENÓ, Luciana y FLORES, Jesús (2014): “Periodismo de datos en el mundo transmedia”. En: RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; GOSCIOLA, Vicente; y RUIZ, Sandra: *Periodismo transmedia: entre teorías y prácticas*. Barcelona, Oberta Press.
- THOMPSON, John (1998): *A mídia e a modernidade: uma história social da mídia*. Petrópolis, Vozes.

**Denis Porto Renó**  
Universidade Estadual  
Paulista, São Paulo, Brasil.

## **Cidadão mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo\***

## **Mobile citizen: reflections on the contemporary media ecosystem**

## **Ciudadano móvil: reflexiones sobre el ecosistema de medios contemporáneo**

---

\* Este trabalho integra a pesquisa referente ao processo no. 446535/2014-1, financiado pelo CNPq.

## RESUMO

A comunicação tem vivido mudanças expressivas, não somente no campo estrutural, mas também no que diz respeito à linguagem e aos fluxos de circulação e às plataformas de consumo e produção. Neste cenário, os dispositivos móveis passaram a ser as ferramentas mais usadas para tais tarefas, como apresentado em diversas pesquisas sobre o tema. Corroborando isso, a sociedade assume o papel de produtor e consumidor de conteúdos, o que modifica a hierarquia de produção de informação. Este artigo apresenta, a partir de resultados preliminares de uma pesquisa financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), reflexões sobre a sociedade em que vivemos atualmente, cada vez mais móvel e participativa. Espera-se, com a apresentação do texto, que novas pesquisas sobre o tema possam ser desenvolvidas, buscando o entendimento sobre essa nova realidade.

Palavras-chave: comunicação; jornalismo; jornalismo cidadão; mobilidade; ecologia dos meios.

## ABSTRACT

Communication has experienced significant changes, not only in the structural field but also in terms of the language, the circulation flows and the consumption and production platforms. In this scenario, mobile devices have become the tools most commonly used for such tasks, as shown in several studies on the topic. Corroborating this, society assumes the role of content producer and consumer, which modifies the hierarchy of information production. Based on the preliminary results of a research funded by the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq), this paper reflects on the society we live in today, which is increasingly mobile and participatory. With the presentation of this paper, it is expected that further research on the topic is developed in order to understand this new reality. Keywords: communication; journalism; citizen journalism; mobility; media ecology.

## RESUMEN

La comunicación ha experimentado cambios importantes, no sólo en el campo estructural sino también en términos de la lengua, el flujo de la circulación y las plataformas de producción y consumo. En este escenario, los dispositivos móviles se han convertido en las herramientas más comúnmente usadas para tales tareas, como se muestra en varios estudios sobre el tema. Corroborando este hecho, la sociedad asume el papel de productora y consumidora de contenidos, el que modifica la jerarquía de la producción de información. Este artículo presenta, a partir de los resultados preliminares de una investigación financiada por el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), reflexiones sobre la sociedad en que vivimos hoy en día, cada vez más móvil y participativa. Se espera, con la presentación del texto, que se desarrollen investigaciones adicionales sobre el tema, buscando la comprensión de esta nueva realidad.

Palabras clave: comunicación; periodismo; periodismo ciudadano; movilidad; ecología de los medios.

Submissão:

Decisão editorial:

## Introdução

As formas e tendências da comunicação alteraram-se a partir de cada desenvolvimento de uma nova tecnologia e seu aporte à sociedade. Ao mesmo tempo, atualizam-se as formas de produção midiática e seus conteúdos. Exemplo disso é a consolidação de uma produção de conteúdos comunicacionais com uma estrutura midiática e de linguagem a partir de novos dispositivos móveis em ambientes de distribuição, como as mídias sociais, nos quais conteúdos distintos compartilham o mesmo espaço para diferentes usuários e a partir de particulares níveis de participação da sociedade. Junto a isso, mudam-se as agendas midiáticas até então consideradas existentes pelos profissionais da comunicação, que agora passam a compartilhar (e competir) com os cidadãos, o que deve ser representado pela comunicação. A esse novo cenário Paul Levinson (2012) denomina “*new new media*”, agora com novas imagens do povo (BERNARDET, 2003) produzidas pelo próprio povo.

Especialmente no campo da difusão de conteúdos audiovisuais documentais, a comunicação passou a contemplar um novo cenário desde 2005, com a criação do YouTube (RENÓ, 2008), em que conteúdos audiovisuais populares passaram a preencher lacunas sociais existentes até então. As imagens do

povo, como foram definidas por Luiz Fernando Santoro (1989), agora passaram a ser exibidas nestes espaços. Manuela Penafria (2001, p. 2) propõe que “é através do uso da câmara de filmar e da montagem que o documentarista define qual o ponto de vista a transmitir e, conseqüentemente, qual o nível de envolvimento do espectador”. Este projeto apoia-se neste sentido: na busca do ponto de vista do cidadão, ora produtor.

Justamente este encontro entre as necessidades do cidadão e as possibilidades que se abriram à sua construção de cidadania a partir das evoluções da tecnologia digital (como a internet, a telefonia móvel e os recursos digitais) tem gerado na sociedade singularidades que contemplam uma característica fundamental e pós-moderna, de acordo com os conceitos de Marc Augé (2007) sobre mobilidade, agora amplamente acessível por meio dos dispositivos de telefonia móvel, que oferecem ao cidadão a possibilidade de capturar imagens, editar seus conteúdos em linha e publicá-los em ambientes de distribuição midiática pela internet, com especial atenção à blogosfera, como defende Dan Gillmor (2005). Esse cenário tem justificado e impulsionado diversas pesquisas no campo da comunicação, especialmente na região do Pacífico Asiático, onde a tecnologia está fortemente presente na realidade social. Segundo Gerard Goggin (2013, p. 84), “a interação dos jovens com outras categorias sociais e demográficas foi um *leitmotiv* de trabalho formativo, especialmente na influente, vibrante área de celulares no Pacífico Asiático”.

Paul Levinson (2012) defende que a participação dos cidadãos na nova ecologia dos meios tem como característica fundamental a mobilidade e a circulação por redes sociais, inclusive com uma mais

ampla e sustentada credibilidade por parte da sociedade. Neste cenário, o *hardware* móvel torna-se uma ferramenta fundamental no processo. Ainda que seja uma realidade norte-americana, quase 60% do tráfego na internet, em 2012, foi consumido a partir de dispositivos móveis (segundo representante da Google<sup>1</sup>, estima-se que, no Brasil, esse número superará 65% até 2014). Apoiado nessas realidades, Paul Levinson (2013) defende que páginas *web*, como o YouTube, já assumem o papel de ambientes informativos para as novas gerações de usuários – os “*new new citizens*” (LEVINSON, 2012).

Nos estudos sobre o papel dos meios, investigadores estão desenvolvendo temáticas sobre linguagem, conteúdo e, diversas vezes, sobre a ideologia, mas existem poucos estudos representativos que mostrem o papel da sociedade na produção de informação, especialmente pela blogosfera e a partir de telefones celulares, ainda que Paul Levinson (2012) e Dan Gillmor (2005) acerquem-se dessa intenção. Além disso, não se conhecem os formatos e a capacidade de informação e formação das narrativas finais, especialmente no campo do audiovisual.

Por isso, justifica-se como necessária a formulação de uma investigação para o desenvolvimento de estudos sobre a produção de conteúdos audiovisuais informativos a partir de dispositivos de telefonia celular e com o apoio das redes sociais, criando, desta maneira, uma estrutura narrativa desde e para os cidadãos.

---

<sup>1</sup> Dados apresentados em conferência realizada por representantes da Google durante o I Congresso Internacional sobre Jornalismo em Dispositivos Móveis, em 2012, na Universidade da Beira Interior (Covilhã, Portugal).

A utilização de telefones celulares no Brasil é uma realidade. O País contabiliza uma proporção de mais de um telefone celular por habitante, o que está gerando importantes mudanças comportamentais, cognitivas e nas formas de comunicação, inclusive na linguagem. De acordo com Henry Jenkins (2009, p. 44), a construção midiática está ocorrendo dentro do cérebro dos cidadãos, naturalmente, por uma evolução intelectual dos grupos populares.

Esse artigo apresenta os resultados preliminares proporcionados pela pesquisa *Documentário, mobilidade e cidadania: imagens documentais produzidas por grupos populares a partir de dispositivos móveis*, financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)<sup>2</sup>, e oferece indicativos sobre a presença desse tipo de produção na construção de sentidos e de relatos informativos por parte dos cidadãos. Para tanto, revela resultados de uma das oficinas, realizada em Santiago de Compostela, em junho de 2015, e que fortalecem as hipóteses inicialmente definidas para o estudo.

### *Discussões sobre mobilidades táteis*

O teórico Marshall McLuhan (2005), em uma de suas “premonições”<sup>3</sup>, dizia que os meios tecnológicos eram a extensão do nosso corpo. Se considerarmos os velhos meios (SCOLARI, 2008), podemos pensar que Marshall McLuhan tinha toda a razão ao considerar que um controle remoto (naquele momento funcionando por meio de um cabo) ou um simples seletor

<sup>2</sup> Pesquisa financiada pelo CNPq, referente a processo 446535/2014-1 446535/2014.

<sup>3</sup> A palavra premonições é apresentada entre aspas porque, apesar de Marshall McLuhan ser conhecido como o profeta da comunicação, o que ele realmente fez foi observar de maneira atenta e eficiente o comportamento social daquela época.

de canais eram realmente extensões do nosso corpo. Os resultados da ação desses dispositivos eram realmente extensões do nosso corpo, pois era como se enfássemos as mãos dentro de um televisor e mudássemos de canal, por exemplo. Entretanto, McLuhan não imaginava que as extensões do corpo chegassem tão longe, a ponto de colocarmos as mãos, efetivamente, nos conteúdos com os quais nos relacionamos.

Os ambientes *touch*, ou tácteis, oferecem ao usuário a possibilidade de “sentir” o conteúdo em suas mãos. Manuseamos o conteúdo em ambientes tácteis de maneira intuitiva e muito próxima do real. A partir dessa tecnologia, temos a sensação de que remete a algo que conhecemos, remete a algo real. Tal definição justifica sua utilização por Rudolf Carnap (2003), que propõe que nossos processos cognitivos são constituídos por “recordações de semelhança”, como ocorre ao manusearmos um teclado digital de um *tablet*, por exemplo. A ação de teclar é como se as teclas existissem de maneira física, ainda que sejam apenas ícones oferecidos de maneira digital e sensível. Entretanto, para o usuário, a relação do físico com o real não é evitada pela temperatura e pela textura da tela de vidro do dispositivo. O mesmo ocorre com o movimento de mudar as páginas de um livro em equipamento Kindle ou seu aplicativo para *tablets* de outras marcas, com uma imagem que “dobra” como se fosse realmente uma folha de papel física. Na verdade, sentimos isso, ainda que seja uma imagem animada formada por pixels. Porém, pela sensação do *touch*, “sentimos” não somente a textura do papel, mas também o vento que o virar de páginas produz.



A tecnologia *touch* surge em 1971 a partir de uma ideia tecnológica e empresarial de Jason Ford (RENÓ; FLORES, 2012, p. 86) com a criação da empresa Elo TouchSystems, que tinha como objetivo produzir dispositivos com telas sensíveis ao toque. Porém, essa tecnologia transformou-se em realidade no início do século XXI, com a chegada do iPhone e sua tela táctil. A partir desse dispositivo, outros ambientes passaram a experimentar a tela sensível, como o MacBook, da própria Apple, em 2009, telefones celulares, *tablets* (todos os disponíveis) e, atualmente, algumas linhas de computadores. Com o desenvolvimento do projeto de Jason Ford, quase quarenta anos depois, o mouse e o teclado passaram a ser obsoletos, desnecessários, supérfluos, na relação comunicacional homem-máquina. Com isso, diversas mudanças ocorreram, desde o *design* de conteúdo até a estrutura física do equipamento.

Ainda que normalmente se refira à sociedade contemporânea como a “geração Y”, os cidadãos que consomem conteúdos por redes sociais e a partir de dispositivos móveis não são digitais, mas analógicos, em processo de adaptação aos novos meios e às linguagens atuais, que modificaram a maneira de comunicar-se por ambientes mediados. Essas mudanças também alteraram dicionários e idiomas, introduzindo palavras e termos que antes não eram adotados por esses grupos. Por fim, modificou-se a forma de construir processos de relação interpessoal com o advento de ambientes virtuais, de caráter real, e que oferecem uma comodidade a esse cidadão, promovendo uma maior rede social.

Segundo Paul Levinson (2012), o cidadão agora se comunica naturalmente por seus dispositivos móveis,

como se estivessem em qualquer outro ambiente. Para o autor, o iPhone passou a ser o parceiro midiático favorito, e a partir dele tudo se produz. Além disso, Levinson (2012, p. 125) declara que “a essência dos novos novos meios é a escolha”, que pode ser potencializada em ambientes tácteis com interfaces eficientes, ambientes móveis que oferecem uma mobilidade de acordo com as expectativas “*new new media*”.

De acordo com a produção midiática, Denis Renó e Jesús Flores (2012) oferecem resultados de pesquisas e experimentos que contemplaram produções de conteúdos audiovisuais a partir de telefones celulares, de tal maneira que podemos considerar uma mudança em processos coerente com uma nova sociedade. Entretanto, os autores apostam em uma necessidade real de adaptação por parte dos cidadãos que aí estão a essas possibilidades, pois, para eles, esta não é natural. O que podemos considerar natural é o manuseio de um *tablet* por uma criança de 2 anos de idade, que o faz como se fosse um conteúdo efetivamente de fácil compreensão e navegação.

O “contato” com o conteúdo a partir de telas tácteis é comum e natural nos ambientes comunicacionais de hoje. Ainda que a frequência seja maior em telefones celulares e *tablets*, essa tecnologia passa a migrar para computadores de mesa e portáteis, com o lançamento de produtos com essa tecnologia. Entretanto, essa febre consolidou-se na atualidade, pois, em 2009, a Apple lançou equipamentos portáteis (da linha MacBook) com telas tácteis, como temos atualmente em diversos produtos, inclusive da Apple. Mas esse produto recuou após lançado pela pouca aceitação por parte dos usuários, o que deve ser vivido de maneira distinta nos dias atuais.

Marshall McLuhan (2005), ao apresentar a ideia de que os meios eletrônicos eram extensão do nosso corpo (parafrazeando seu professor, Norbert Wiener, para quem os dispositivos elétricos eram fundamentais para trabalhar como extensão dos nossos braços), não imaginava que as extensões do corpo chegassem tão longe, a ponto de oferecer ao toque o conteúdo digital e possibilitar procedimentos muito próximos de uma situação real de manuseio de algo existente no mundo físico.

Entre as novas características sociais, destacamos o consumo de conteúdo por dispositivos móveis. Os números mostram um crescimento expressivo, alcançando, em alguns países, como nos Estados Unidos, em 2015, a cifra de 78% do tráfego de informações a partir de dispositivos móveis<sup>4</sup>. Esse número reflete a sociedade norte-americana, mas pode, em um curto espaço de tempo, refletir outras sociedades, dada a redução de preço de dispositivos móveis com tecnologia *wi-fi* e a proliferação de antenas e locais com internet grátis em diversas cidades. Isso já pode ser visto em Timor Leste, onde a baixa estrutura comunicacional do país é compensada pelo governo com torres de conexão grátis em praças públicas. O mesmo pode ser presenciado em países da África, onde o único meio de comunicação é o telefone celular.

Atualmente, é impossível pensar em uma estrutura comunicacional que não seja construída sobre os conceitos de contato táctil, especialmente se os dispositivos pretendem oferecer mobilidade. A socie-

---

<sup>4</sup> Pesquisa realizada pela *Pew Research Center* revela diversas informações sobre a realidade de consumo de notícias por dispositivos móveis no mundo, tendo como base principal os Estados Unidos. Disponível em <<http://www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015/>>. Acesso em: 31 ago. 2015.

dade está habituada a “sentir” o conteúdo em seus dedos, e a tecnologia criada por Jason Ford atende perfeitamente a essa expectativa. Porém, há o desafio de descobrir como e quais os limites para a produção de conteúdos por e para dispositivos móveis, especialmente dentro da linguagem esperada pela sociedade contemporânea, cada vez mais *touch* e participativa.

## Notícias nas mãos

A sociedade contemporânea assumiu uma rotina midiática, cada vez mais conectada, com cidadãos que consomem, atualmente, conteúdos informativos basicamente a partir de dispositivos móveis, e também produzem esses conteúdos de maneira independente e engajada. Como exemplo, podemos recordar a cubana Yoani Sánchez, que, além de presa, ficou por diversos períodos com a internet restrita, tendo que escrever conteúdos informativos em seu *blog*<sup>5</sup> por meio de SMS de um telefone celular. No momento de produção deste texto, o *blog* de Sánchez estava *off-line*.

Também devemos estender o comentário a ambientes Wiki, tendo como exemplo principal a página colaborativa Wikileaks, que sofreu embargos e ataques por internet graças aos conteúdos informativos lá publicados. Tais conteúdos, provenientes de publicações de usuários adeptos da filosofia P2P – *person to person* (pessoa a pessoa) – e acompanhados de documentos comprobatórios, atingem diversos governos e instituições. Como consequência da disponibilidade da página, seu idealizador, Julian Assange, vive atualmente

---

<sup>5</sup> O *blog* Desdecuba.com, alimentado pela blogueira cubana Yoani Sanchez, enfrenta problemas de ordem tecnológica constantemente, assim como de acessibilidade. Tais dificuldades ocorrem pelos embargos comunicacionais sofridos pela autora pelo governo cubano. Disponível em: <<http://www.desdecuba.com/generaciony>>. Acesso em: 31 ago. 2015.

exilado dentro da embaixada do Equador em Londres. A página segue tendo seus documentos publicados.

Segundo o grupo contra as narrativas transmídia, a sociedade não está preparada pelos “*new new media*” para ter tanta liberdade e participação. Tal ideia foi prontamente combatida pelos favoráveis com o argumento de que “preparar os cidadãos não é papel dos novos novos meios”. E finalizaram a discussão defendendo que “o criador do que está na internet é qualquer um”, como propõe José Luis Orihuela (2004), quando defende a adoção do termo “*eCommunication*” ante o difundido conceito de cibernética, justificando que esse último provém do grego *kibernetes*, ou seja, a arte de governar uma nave. Segundo o autor, a nave em questão (internet) não é governada. Tal ideia é compartilhada e defendida a partir de um caso específico por Denis Renó (2013), que ofereceu como exemplo o caso do lançamento do livro *A privatária tucana* (RIBEIRO JUNIOR, 2011), no Brasil, e a difusão de seu conteúdo por redes sociais, ainda que os meios tradicionais não tivessem dado a importância devida.

Talvez essa manifestação seja justificada pelo papel formativo realizado por algum professor que considera a liberdade de expressão e de imprensa algo nocivo à justiça social e à atividade jornalística. Talvez seja uma diversidade normal em se tratando de um grupo de cidadãos analógicos que aprenderam a conviver com o digital com o tempo, o que não ocorrerá com os nascidos em um mundo 2.0, em que a participação social é o oxigênio dos “novos novos meios”, como propõe Paul Levinson.

Nos primeiros resultados levantados por essa investigação, percebeu-se que os cidadãos estão aptos

e dispostos a construir redes de comunicação cidadã, especialmente sobre temas que interessam à comunidade. Aliás, esse é o filtro determinante na construção de agendas midiáticas pelos grupos estudados, inicialmente em Santiago de Compostela (Espanha), que teve como base comunidades galegas de duas localidades específicas: Vigo e Sálvora. A primeira comunidade, em Vigo, é dedicada a mães solteiras e que possuem dificuldades para inserção profissional/social, enquanto a segunda comunidade é dedicada a pescadores da ilha galega.

Os resultados apresentados por essas comunidades foram expressivos. Após uma oficina sobre construção de espaços e conteúdos midiáticos a partir de dispositivos móveis e por meios sociais, realizada na Faculdade de Comunicação da Universidade de Santiago de Compostela, Espanha, os participantes das duas comunidades construíram experimentalmente espaços midiáticos e produziram conteúdos a partir de telefones celulares próprios. Os temas de interesse dos grupos restringiram-se a educação, saúde e economia local, deixando de lado temáticas amplas e de interesse nacional. Segundo os próprios participantes, durante um debate realizado ao final da atividade, o que interessa a eles é o que realmente modifica a vida local, e questões relacionadas à política nacional pouco modificam os cenários locais ou proporcionam melhorias à comunidade. Isso refletiu exatamente os resultados apresentados por uma pesquisa anteriormente realizada em Bogotá, intitulada *Transmediación, movilidad y ciudadanía: contenidos mediáticos producidos por grupos populares a partir de equipos de telefonía móvil*, que trabalhou com a mesma metodologia em comunidades populares da

capital colombiana. Na ocasião, percebemos que, independentemente do poder econômico, as inquietudes relacionadas ao comportamento midiático são as que mais incomodam os grupos e, por essa razão, assim como na Galícia, eles buscam a visibilidade local de seus problemas.

Outro ponto observado foi a liberdade comunicacional e narrativa. A estética adotada na produção dos vídeos, por exemplo, contrariou o tradicional, buscando imagens com o telefone celular na vertical com a justificativa de que a imagem é para retratar o cidadão, e ele anda de pé (na vertical). O mesmo aconteceu com os movimentos de câmera, sempre buscando uma aproximação do objeto a partir do *travelling in*<sup>6</sup> ao invés do zoom ótico. Nesse processo, o que os participantes elogiaram foi a possibilidade de produzir sentido a partir do simples toque em um equipamento à mão, ou seja, valorizando o *touch* e a mobilidade ao mesmo tempo.

Porém, o mais expressivo dos resultados obtidos na oficina foi a construção das redes de contato por parte dos participantes. Eles fizeram questão de compartilhar os conteúdos produzidos a partir de seus próprios canais de meios sociais, especialmente o comunicador instantâneo WhatsApp, pois consideram esse caminho o mais rápido e objetivo. As duas comunidades possuíam canais específicos para falar com os pertencentes ao grupo. E em todas as mensagens os participantes solicitaram aos destinatários que compartilhassem com seus próprios grupos, buscando uma circulação viral, ainda que essa proposta não tenha sido apresentada na oficina, pois poderia direcionar ações de

<sup>6</sup> *Travelling in* é um movimento de aproximação física da câmera em direção ao objeto gravado, ao invés da aproximação ótica obtida pelo zoom.

circulação, ao invés de proporcionar a descoberta da estratégia pelos participantes. Isso demonstrou que o processo de comunicação viral é automático, natural do ser humano, especialmente do cidadão contemporâneo, como propõe Levinson (2012).

## Conclusões

A sociedade contemporânea é midiática e tátil. Os processos comunicacionais estão presentes no comportamento social desses cidadãos midiaticizados – os seres mídia, como propõe Gillmor (2005) – e a ecologia midiática atual facilita esse cenário. Porém, os meios de comunicação parecem estar distantes de atender às necessidades sociais, ao menos dos grupos estudados, como era esperado pelas hipóteses dessa pesquisa em sua versão original. Entretanto, a sobreposição de ideias e valores por parte dos meios comunicacionais tradicionais não consegue oprimir os desejos midiáticos desses grupos e tampouco modificar ou moldar valores e conceitos narrativos. Isso ficou claro ao observar a mudança de posição do celular na construção imagética, desconsiderando os padrões audiovisuais existentes.

Ainda no sentido de contraposição midiática cidadã *versus* meios tradicionais, percebeu-se que a agenda midiática existente não é compatível com os anseios dos grupos estudados. O olhar macro, presente nos meios tradicionais, não é de interesse dos cidadãos participantes, que buscam enquadramentos microsociais para solucionar os problemas existentes ao redor. Porém, essa situação esteve presente nos resultados alcançados na oficina aplicada aos grupos galegos, podendo ser diferente nos grupos participantes das outras localidades previstas pelo projeto



(Covilhã, Portugal; Rosario, Argentina; Bauru, Brasil), já que isso está relacionado também à construção cultural dos grupos.

O que fica claro a partir dos resultados apresentados por essa primeira oficina é que os meios de comunicação, assim como os comunicadores, devem modificar a linguagem e a agenda midiática para atender aos anseios sociais. Do contrário, os seres-meio passarão a sobrepor suas narrativas às produzidas pelos meios tradicionais. Isso, aliás, tem sido frequente em diversos acontecimentos, como pode ser destacado pelo crescimento de movimentos videoativistas (RENÓ; DURIGAN, 2015) facilitados pela tecnologia tátil.

## Referências

- AUGÉ, M. **Por una antropología de la movilidad**. Madrid: Gedisa, 2007.
- BERNARDET, J.-C. **Cineastas e imagens do povo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- CARNAP, R. **The logical structure of the world**. Chicago: Open Curt, 2003.
- GILLMOR, D. **Nós, os media**. Lisboa: Presença, 2005.
- GOGGIN, G. Youth culture and mobiles. **Mobile Media & Communication**, v. 1, n. 83, p. 82-88, 2013. Disponível em <<http://mmc.sagepub.com/content/1/1/83.full.pdf+html>>. Acesso em: 26 ago. 2015.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEVINSON, P. **New new media**. Boston: Pearson Higher Education, 2012.
- LEVINSON, P. Transmedia transnational video journalism. In: RENÓ, D. et al. (Eds.). **Periodismo transmedia: miradas múltiples**. Bogotá: UR, 2013.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)**. 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.

ORIHUELA, J. L. *e-Communication: the 10 paradigms of media in the digital age*. In SALAVERRIA, R.; SÁDABA, C. (orgs.). **Towards new media paradigms: contente, producers, organizations and audiences**. Pamplona: Ediciones Eunate, 2004.

PENAFRIA, M. O ponto de vista do filme documentário. **BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2001. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/penafria-manuela-ponto-vista-doc.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2015.

RENÓ, D. Comunicação e cidadania: gritos folkcomunicacionais latino-americanos no YouTube. In OCLACC-UTPL. **Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias**. Quito: Padre Reus, 2008.

RENÓ, D. Narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística em Privatária Tucana. **Comunicação & Sociedade**, v. 34, n. 2, p. 141-161, jan.-jun. 2013.

RENÓ, D. Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios. In: SCOLARI, C. (Org.). **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015. p. 247-262.

RENÓ, D.; DURIGAN, G. Video-ativismo e conexões em rede nos protestos brasileiros de 2013. **Razón y Palabra**, v. 90, p. 1-13, 2015. Disponível em <[http://razonypalabra.org.mx/N/N90/Varia/28\\_DuriganReno\\_V90.pdf](http://razonypalabra.org.mx/N/N90/Varia/28_DuriganReno_V90.pdf)>. Acesso em: 8 set. 2015.

RENÓ, D.; FLORES, J. **Periodismo transmedia**. Madrid: Fragua, 2012.  
RIBEIRO JUNIOR, A. A privatária tucana. São Paulo: Geração, 2001. (Coleção História Agora, v. 5)

SANTORO, L. F. **A imagem nas mãos: o vídeo popular no Brasil**. Campinas: Summus, 1989.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva**. Barcelona: Gedisa, 2008.

### **Denis Porto Renó**

Pós-doutor pela Universidade de Aveiro (Portugal).

Pós-doutor pela Universidade Complutense de Madri (Espanha).

Doutorado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

Docente do curso de Jornalismo e do Programa de Mestrado Profissional em Mídia e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista (UNESP).

Professor visitante do Programa de Comunicação Social da Universidade de Santiago de Compostela (Santiago de Compostela, Espanha).

Professor visitante do curso de Jornalismo e Opinião Pública da Universidade do Rosario (Bogotá, Colômbia).

Professor colaborador honorífico da Universidade Complutense de Madri.

LATTES: <http://lattes.cnpq.br/3280707979820725>

# **Reportagem: o gênero sob medida para o jornalismo contemporâneo**

*Reporting: the gender tailored to contemporary journalism*

*Reportaje: el género a la medida del periodismo contemporáneo*

—

**Elizabeth MORAES GONÇALVES**

**Marli DOS SANTOS**

**Denis PORTO RENÓ**

—

*Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*

*N.º 130, diciembre 2015 - marzo 2016 (Sección Ensayo, pp. 223-242)*

*ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X*

*Ecuador: CIESPAL*

*Recibido: 01-02-2016 / Aprobado: 27-04-2016*

### **Resumo**

O objetivo do artigo é, a partir de um levantamento das principais classificações de reportagem, refletir sobre o gênero, que tem a narrativa como principal elemento formador. Por meio de pesquisa bibliográfica, verificou-se que a reportagem é um dos formatos mais flexíveis na prática jornalística, o que pode ser comprovado com o exemplo aqui apontado. Isso está relacionado à característica da narrativa que se constrói pelas exigências da temática abordada, do posicionamento do locutor e pelos objetivos que pretende atingir na relação com o leitor, aliado às possibilidades narrativas oferecidas pelo gênero.

**Palavras-chave:** comunicação; jornalismo; narrativa transmídia; linguagem.

### **Abstract**

The purpose of the paper is from a collection of the main classifications report, reflect on the genus, which has as its main narrative forming element. Through bibliographic research, it was verified that the report is one of the most flexible format in journalistic practice, which can be checked with the example presented here. That is related to the characteristic of the narrative constructed by the demands of the topics addressed, the positioning of the speaker and the objectives pursued in relation to reader, added to the narrative possibilities offered by gender.

**Keyword:** communication; journalism; transmedia storytelling; language.

### **Resumen**

El objetivo del artículo es, a partir de una recolección de las principales clasificaciones sobre reportaje, reflexionar sobre el género que tiene la narrativa como principal elemento formador. Por medio de una investigación bibliográfica se ha verificado que el reportaje es uno de los formatos más flexibles en la práctica periodística, lo que puede ser comprobado con el ejemplo aquí presentado. Eso está relacionado a la característica de la narrativa que construye por las exigencias de la temática abordada, el posicionamiento del locutor y los objetivos que pretende alcanzar en su relación con el lector, sumando a las posibilidades narrativas ofrecidas por el género.

**Palabras clave:** comunicación; periodismo; narrativa transmedia; lenguaje.

## 1. Introdução

“Gênero nobre”, “gênero por excelência”, sinônimo de jornalismo. Diz Liliane Machado (2012) que a reportagem possui “qualidades distintas”, abrange desde fatos do momento até grandes temas contemporâneos (pauta quente e fria, no jargão do jornalismo); e precisa ser elaborada a partir da investigação e do esforço do jornalista. É gênero narrativo, pois, na essência está a história. Mas, ao narrar também descreve e argumenta, ou seja, não há narrativa pura na reportagem; a passagem de tempo anterior/tempo posterior, própria da narrativa, vem acompanhada de elementos próprios da descrição e da dissertação e, com essa mescla de tipologias a reportagem informa, emociona, analisa, interpreta, contextualiza, mostra personagens, lugar, divulga números, desvenda processos. Como definir um gênero tão plástico, flexível e adaptável como a reportagem? Não é resposta simples, aliás, nem é objetivo deste texto encontrá-la. Porém, há um elo entre os diversos tipos de reportagem: a narrativa. Para abordar as relações entre narrativa e reportagem, antes, é preciso recorrer à história do jornalismo, para entender como surgiu o gênero e a sua importância como narrativa da realidade.

No período denominado pré-história do jornalismo (Marcondes Filho, 2000), havia de tudo: ficção e realidade, comentários e relatos, literatura, anedotas – ao mesmo tempo. Mas é no bojo da Revolução Francesa (1789) que se configura a primeira fase do jornalismo (Marcondes Filho, 2000). Os jornais que surgem naquele momento reúnem as características observadas por Groth (2011): periodicidade, atualidade, difusão e universalidade. Mesmo que efêmeros, reuniam os conceitos fundantes atribuídos pelo sociólogo alemão, que estudou intensamente os periódicos (jornais e revistas), existentes no início do século XX. Nesse período, o gênero que prevalecia era o artigo, em razão da necessidade de persuadir o povo sobre o ideal da revolução. Entretanto, foi só a partir do século XIX, com a criação das máquinas rotativas, com grande capacidade de impressão, e a consolidação do capitalismo, que surgiu a imprensa moderna. O ritmo de vida urbano, o desenvolvimento tecnológico que deu mobilidade ao homem, o surgimento da publicidade que favoreceu o surgimento da *penny press*<sup>1</sup> e a consolidação da grande imprensa, especialmente nos EUA, com os magnatas Willian Randolph Hearst<sup>2</sup> e Joseph Pulitzer<sup>3</sup>.

Nesse momento, os formatos do gênero *relato*, segundo Chaparro (1998) ganham significado e importância. No século XIX a notícia e a reportagem surgem como formatos essenciais à sociedade, porém, a reportagem ainda possuía

1 Penny press é o termo utilizado para a imprensa nos EUA no século XIX, quando o valor de um exemplar do jornal custava *um penny*, o equivalente a um centavo da moeda americana.

2 Hearst atuou na imprensa desde muito jovem, e formou um império na imprensa, o qual reuniu 28 diários e 18 revistas, entre eles, o *New York Morning*. O filme *cidadão Kane*, de Orson Welles, foi inspirado em Hearst.

3 Pulitzer também se tornou empresário milionário com a aquisição e criação de diários, como o *Post-Dispatch*, o mais importante de Saint Louis; o *The World*, de Nova York (1883) e o *Evening World* (1887). Era rival de Hearst.

mais um caráter de anunciar a novidade do que de explicar o fato. De acordo com Lage (2006) a reportagem foi um diferencial para os jornais da época, que disputavam leitores. Essa concorrência, explica o autor, permitiu que alguns assuntos fossem aprofundados, que fatos fossem explicados. Lage considera o século XIX um período de revelações (2006). De acordo com Oliveira (2010), foi nesse momento também que o *furo* de reportagem tornou-se uma estratégia de concorrência.

Outro momento importante da reportagem ocorreu no século XX, nos EUA. A sociedade estadunidense precisava entender melhor o que acontecia com a economia do seu país e do mundo, e exigia da imprensa um papel fiscalizador (Chaparro, 2002). No Brasil, as referências ao formato ocorrem a partir de 1902, com Euclides da Cunha e a série de reportagens que fez sobre a Guerra dos Canudos<sup>4</sup> publicada no jornal O Estado de S. Paulo. João Paulo Barreto, mais conhecido como João do Rio, também fez história em jornais cariocas, como A Tribuna, Gazeta de Notícias, a partir de 1904, com as suas reportagens-crônica sobre o cotidiano do Rio de Janeiro.

Portanto, a reportagem nasce como gênero em um contexto da imprensa moderna, do capitalismo selvagem, da mecanização dos processos de produção –no bojo da “indústria cultural”–, imersa em uma realidade urbana, complexa, e que demandava cada vez mais explicações.

Considerando essas características, salientamos que o objetivo principal deste artigo é apresentar as principais classificações da reportagem e refletir sobre o papel da narrativa no discurso midiático. Considera-se a reportagem como um dos gêneros discursivos mais perenes e flexíveis na história da humanidade. A flexibilidade e adaptabilidade do gênero, de acordo com o contexto e os meios, têm representado grandes desafios para os estudos dos gêneros jornalísticos. A reportagem, como espécie ou formato, possui diversas classificações.

## 2. Na essência, a linguagem e a narrativa

As narrativas produzidas pela mídia incorporam-se ao cotidiano dos indivíduos e passam a fazer parte da grande narrativa de suas vidas, compondo o repertório

4 Diz o repórter Audalio Dantas, em matéria publicada no site “Comunique-se” e assinada pela repórter Agnes Sofia: “Foram as condições sociais e políticas do país que criaram os nossos textos daquela época”, explica Dantas. Para reforçar isso, lembra que antes da década de 60, quando se deu o *boom* da grande reportagem brasileira, o jornalismo do país contou com momentos antológicos, começando por Euclides da Cunha e sua cobertura da guerra de Canudos –que deu origem à obra-prima *Os Sertões*, em 1902. Outro exemplo dado pelo jornalista foi uma reportagem feita por Joel Silveira para a revista semanal *Diretrizes*, em 1945, célebre por contar, em detalhes, bastidores do casamento da filha do Conde Francisco Matarazzo Júnior. Além de ser registro valioso da elite paulistana da época, há um detalhe inusitado: o repórter não foi ao casamento. Seu trabalho foi baseado em conversas com convidados e funcionários que estiveram, de alguma forma, relacionados à organização da festa. Disponível em <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/entrevistas-e-especiais/71556-nao-foi-o-new-journalism-que-deu-origem-a-reportagem-brasileira-afirma-audalio-dantas>. Acesso em 07 de julho de 2014.

dos sujeitos, juntamente com as informações e formações que recebem das instituições sociais, da família, da igreja, da escola, entre outras.

*Jornalistas, produtores e diretores de TV e cinema, roteiristas e publicitários sabem que os homens e mulheres vivem narrativamente o seu mundo, constroem temporalmente suas experiências. Por isso, exploram com astúcia e profissionalismo o discurso narrativo para causar efeitos de sentido (Motta, 2005, online).*

Nessa perspectiva, as narrativas midiáticas têm papel importante na sociedade e na relação entre os interlocutores, participando da forma como os sujeitos constroem o universo e como se vêem inseridos nele. Segundo Pêcheux (1990), o funcionamento da linguagem não se explica como simples informação, mas sim pela produção de sentidos pelos sujeitos e pelo jogo de efeitos de sentidos, carregados de ideologias. Nas palavras de Pêcheux: “o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (1990, p. 82).

Nos jogos de linguagem os sujeitos interlocutores se relacionam a partir de determinadas condições estabelecidas e papéis desempenhados, construindo um fenômeno particularmente dialógico, um jogo de imagens que se encontram: imagem que um sujeito faz do outro, imagem que cada sujeito faz de si mesmo e ainda, imagem que fazem do objeto e do contexto em que se inserem. No contexto da reportagem, além das estratégias discursivas que encerram o gênero, pode-se dizer que a narrativa da reportagem é considerada sinônimo da prática jornalística e, como gênero discursivo, expressão da aventura humana.

Para Mikhail Bakhtin (1997) as atividades humanas são incontáveis e os gêneros as refletem. Dessa forma, há tantos gêneros quantas são essas atividades e quantos são os enunciados ou tipos de enunciados elaborados. No campo da Comunicação a atividade jornalística caracteriza-se como um tipo de manifestação enunciativa que envolve vários gêneros, dependendo não somente do conteúdo abordado, mas, em especial da forma como o conteúdo é trabalhado, da visão do jornalista frente ao fato e da proposta que se apresenta ao leitor. Assim, vários gêneros transitam na esfera do jornalismo, seja pela construção composicional dos discursos, seja pela relação que se estabelece entre os interlocutores.

No âmbito deste estudo assumimos que na reportagem muitas manifestações são observadas, ou seja, muitas formas de compor o enunciado são possíveis, dependendo da ênfase no aspecto que se busca observar. O caráter dialógico do discurso evidencia-se na reportagem, pois, o jornalista está em contato direto com o público leitor e também com as fontes selecionadas, além do diálogo estabelecido com outros textos. Para Bakhtin, o autor nunca está sozinho, o texto nunca é o primeiro, original, pois traz consigo referências a textos anteriores ou servirá de referência a textos posteriores, ou ainda, o simples fato de enunciar alguma coisa pressupõe a existência do outro: “O fato de ser ouvido,



por si só, estabelece uma relação dialógica. A palavra quer ser ouvida, compreendida, respondida e quer, por sua vez, responder à resposta, e assim *ad infinitum*” (Bakhtin, 1997, p. 357). Assim, o efeito dialógico da linguagem, seja entre textos, seja entre sujeitos, está na base do processo comunicacional. Ainda que a troca efetiva entre sujeitos não se concretize, ou seja, o ato de tomar a palavra implica em uma responsabilidade com o outro e determina o que dizer e a forma de dizer; o enunciado é elaborado considerando as condições de produção e tendo em vista uma possível condição da recepção, o conhecimento do que o outro espera daquele contexto de comunicação.

Portanto, o texto jornalístico, em especial a reportagem, foco deste estudo, é produto de um processo de seleção contínuo –seleção que começa pela temática, pelas fontes de informação, pela seleção lexical e também pelo estilo de narrativa mais apropriada para a abordagem proposta. Em cada forma de seleção e em cada opção de como articular as informações podem ser encontradas as marcas da subjetividade do jornalista, que não se mostra abertamente, mas deixa-se entrever pelas escolhas e pelo tom que emprega ao narrar ou comentar fatos.

### 3. A reportagem como gênero

As escolhas que marcam a composição da narrativa estão presentes em diversos gêneros jornalísticos, especialmente na reportagem. Alguns autores brasileiros têm se destacado em relação aos estudos sobre o tema, como os clássicos Beltrão, Melo (Assis & Melo, 2010), e Chaparro (1998). São visões diferentes sobre os gêneros, inclusive a reportagem, embora haja consenso quanto à característica de aprofundamento, diferentemente da notícia. Assim, a reportagem é classificada por esses autores como gênero informativo e interpretativo (Beltrão); como gênero informativo (Melo); e como gênero relato, espécie narrativa (Chaparro). Considerar a reportagem como “informativo” é caracterizá-la pelo objetivo em relação ao outro (atuar sobre o interlocutor de forma a fazer saber algo); como “interpretativo” recorta-se a posição do locutor em relação aos fatos; como “relato”, enfatiza-se a tipologia textual empregada na elaboração.

Como pontua Seixas, Beltrão e Melo –inspirados no autor espanhol Martínez Albertos–, usam como critério para a classificação dos gêneros: “1) finalidade do texto ou disposição psicológica do autor, ou ainda intencionalidade; 2) estilo; 3) modos de escrita, ou morfologia, ou natureza estrutural; 4) natureza do tema e topicalidade; e 5) articulações interculturais (cultura) (2004, p. 3).” A autora também analisa que as classificações estão baseadas na “separação entre forma e conteúdo, o que gerou a divisão por temas, pela relação do texto com a realidade (opinião e informação) e deu vazão ao critério de intencionalidade do autor, que realiza uma função (opinar, informar, interpretar, entreter) (Idem)”. As relações com o lugar, com o “contexto econômico, social, político e cultural,

com os modos de produção, com as correntes de pensamento e ainda com as noções de objetividade e neutralidade”, são também apontadas por Seixas como critérios de classificação, porém, ressalta ela, que estes não dão conta de oferecer “uma explicação geral dos princípios dos gêneros, um conceito de gênero jornalístico e como se constitui” (Ibidem).

Além de Seixas (2004), mais recentemente outros pesquisadores interessados no tema contribuem para as discussões: Machado (2001), Temer (2012), Assis (2010, 2014), entre outros. O *Grupo de Pesquisa Gêneros Jornalísticos*<sup>5</sup>, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), também tem sido reduto de discussões profícuas sobre o assunto. Seixas (2004) considera que o gênero “evolui e se transforma e torna-se elemento comum de diferentes sistemas”. Assim, para ela, a narrativa é um dos gêneros mais perenes da “tradição ocidental”. Embora considere a narrativa um gênero e não um tipo de composição textual, Seixas (2004) e Machado (2001) ancoram os estudos de gênero no âmbito do discurso.

#### 4. Classificações de reportagem

Assim como os gêneros jornalísticos, a reportagem possui diversas classificações, como já foi referido neste texto. A taxonomia observa diversos critérios para a reportagem: estrutura do texto, esquema narrativo, estilo, técnicas de apuração, técnicas narrativas, finalidade, mídia. Não se esgota aqui as diversas classificações, porém, nossa proposta é destacar as principais e analisar os critérios utilizados, organizá-los, para refletir sobre os tipos de narrativa presentes na reportagem.

A reportagem é a complexidade de conteúdos somada à simplicidade da narrativa. Segundo Yanes (2004), a reportagem é uma mistura de gêneros que constrói um novo gênero, mais completo e diversificado. De acordo com Yanes:

*Existe um gênero que contém em seu texto –ou pode conter–, todos e cada um dos demais gêneros. É informativo, mas também opinativo. Pode tratar da atualidade, ainda que também permita a inclusão de algum texto de criação. Muitos autores o consideram um híbrido entre os escritos informativos e os interpretativos, mas realmente se trata da fusão de todos os gêneros jornalísticos. É a reportagem. (2004, p. 192, tradução nossa)*

As palavras do autor consolidam a importância da reportagem para tornar públicos assuntos complexos ou amplos. Também justifica um tempo maior para a produção dos mesmos. Também, de acordo com Yanes (2004, p. 196-197), existem correntes que defendem a reportagem como um texto livre de criação

5 O GP Gêneros Jornalísticos da Intercom foi criado por José Marques de Melo em 2009.

com resultados literários. Ao mesmo tempo, é um texto que resulta de uma busca da informação e seus preâmbulos, sem limitar-se ao fato ocorrido. O jornalista, no sentido do produtor de reportagens, é um constante investigador de acontecimentos. Por fim, o autor defende que “a tendência do jornalismo na atualidade caminha para a reportagem profunda e a notícia, simplesmente, vai abrindo espaço para o jornalismo interpretativo” (Yanes, 2004, p. 197, *tradução nossa*).

*A reportagem engloba o resto de formas jornalísticas, ainda que não seja a soma delas, sem um texto com características próprias. Podemos defini-lo como um gênero jornalístico informativo que contém a interpretação explícita de seu autor que, com estilo literário, firma um texto que se caracteriza pela possível admissão em seu corpo de qualquer outro gênero”. (Idem, p. 198, tradução nossa)*

Os modelos de reportagem propostos por Yanes (2004) são construídos a partir de conceitos aplicados do gênero e atendem a uma expectativa profissional. Entretanto, pode parecer simplista e óbvia a proposta.

**Quadro 1.** Classificação de Reportagem, segundo Yanes

Classificação	Definição
Reportagem objetiva	Tem como características básicas a construção de seus argumentos a partir de entrevistas ou dados numéricos extraídos a partir de informações oficiais e/ou relatórios.
Reportagem de retrospectiva	O modelo que apoia sua argumentação a partir de dados recuperados no passado para contextualizar a informação presente ou propor uma reflexão sobre o futuro.
Reportagem de profundidade	Reúne os modelos de reportagem objetiva e de retrospectiva em um só, apontando novos dados que revelam aspectos concretos de notícias de grande importância.
Reportagem de investigação	Ainda que redundante, pois toda reportagem resulta de uma investigação, esse modelo adota técnicas avançadas de reportagem, como o modelo RAC (Reportagem Assistida por Computador), proposta por Lage (2006).

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo, a partir dos conceitos de Yanes (2004) sobre gêneros da reportagem.

Para fortalecer as interpretações sobre o tema, também podemos considerar a proposta de Sousa, para quem a reportagem “[...] não pode ser entendida como um sistema rígido” (*apud* Machado, 2012, p. 7) e, aponta alguns dos critérios de classificação: i) quanto à origem (de rotina: imprevista e planejada); ii) quanto à enunciação (primeira pessoa, terceira pessoa); iii) quanto ao tipo (de acontecimento, de personalidade, temática); iv) mista (mescla origem, enunciação e tipo); v) quanto ao tamanho (curta, grande reportagem); vi) quanto às

características estéticas e formais (narrativa, descritiva, explicativa, mista) e; vii) quanto à linguagem (informal, formal, técnica). Acrescentaríamos, quanto ao meio; quanto à linguagem; quanto à temporalidade do acontecimento ou à natureza do fato; ou com várias dessas características, em diversos arranjos.

Ao longo do tempo, diversos autores tentaram enquadrar a narrativa da reportagem em tipos. A começar por Warren, citado por Chaparro (1998, p. 125-126), que ao estudar a reportagem diária nos jornais de 1950, definiu quatro tipos, utilizando para defini-los a estrutura do texto e, como é possível observar, o ponto de vista do narrador, a temporalidade do fato: 1) reportagem de acontecimento, 2) reportagem de ação, 3) reportagem de citações e 4) reportagem de seguimento. O Quadro 2 sintetiza nome e definição das reportagens identificadas pelo autor.

**Quadro 2.** Classificação de Reportagem, segundo Warren

Classificação	Definição
Reportagem de acontecimento	Narrativa de fora do acontecimento como fato observado e concretizado.
Reportagem de Ação	Narrativa de dentro do acontecimento, seguindo a evolução temporal do fato; é fundamentalmente narrativa.
Reportagem de citações	Narrativa que alterna citações diretas e indiretas dos personagens; contem descrições e é mais utilizada para resumir coletivas de imprensa.
Reportagem de seguimento	Narrativa que enlaça um acontecimento anterior com novos fatos presentes e faz ponderações sobre o futuro, dando continuidade à narrativa sobre fatos que têm potencial noticioso por mais que um dia.

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo, a partir de referência na obra de Chaparro sobre gêneros jornalísticos (1998, p. 125-126).

Como é possível observar, a classificação de Warren (*apud* Chaparro, 1998) considera a perspectiva do repórter, de dentro ou de fora do fato; as características do fato, como a temporalidade; e a natureza da fonte, como no caso de coletivas de imprensa.

Outra iniciativa para uma classificação da reportagem foi empreendida por Conceição Aparecida Kindermann (2003, p. 18), que faz referência a Swales, o qual, segundo a autora, diz que o “texto funciona na comunicação” de acordo com a “comunidade discursiva, gênero e tarefa”, entendendo o primeiro como uma “forma de discutir as dimensões relativas ao papel e ao contexto do texto e, os dois últimos, em conjunto, como um modo de discutir a natureza propriamente do gênero”. Assim, a autora analisa a reportagem como uma estrutura retórica, com movimentos – “blocos discursivos [...] organizados a partir da função retórica” – e passos diferenciados.

Kindermann reuniu reportagens publicadas no extinto *Jornal do Brasil*, em 2000, usando como critérios de classificação a “estrutura textual e os aspectos pragmáticos” das reportagens (2003, p. 6). A seguir, apresentamos a síntese dessa classificação:

**Quadro 3.** Classificação de reportagem – Kindermann

Classificação	Definição
Reportagem de aprofundamento da notícia (RAN)	Possui cinco movimentos: orientação ao leitor para identificar tema da reportagem; desdobramento do fato principal; foco da reportagem; eventos que se relacionam com o fato principal; eventos que se relacionam ao desdobramento do fato principal.
Reportagem a partir de entrevista (Ren)	Cinco movimentos: orientação ao leitor para identificar tema da reportagem; relato do conteúdo da entrevista; fato principal; detalhes da entrevista; descrição dos entrevistados.
Reportagem de pesquisa (Rpe)	Quatro movimentos: orientação ao leitor para identificar tema da reportagem; “relato da pesquisa; [...] a pesquisa; e [...] fechar o relato da pesquisa...” (Kindermann, 2003, p. 77).
Reportagem retrospectiva (Rre)	Cinco movimentos: orientação ao leitor para identificar tema da reportagem, introdução do histórico do fato principal apresentação do histórico do fato principal e comentários sobre os fatos narrados.

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo, a partir da dissertação de Conceição Aparecida Kindermann (2003).

Trata-se de análise que guarda semelhanças com os estudos de Chaparro (1998) e de Warren, ao propor uma classificação de reportagens pela estrutura textual, mas não só. O que há de comum nas estruturas apresentadas por Kindermann (2003) é a orientação ao leitor, para a identificação do assunto logo no início do texto, o que pode corresponder ao *lead* (resumo da notícia, que fica no primeiro parágrafo) já que o estudo tomou como *corpus* jornal diário em período recente.

Outra classificação é apresentada por Liliana Mesquita Machado, que estuda a “reportagem escrita”, em jornais portugueses, utilizando também como referência autores espanhóis. A autora aponta 15 tipos de reportagem (Machado, 2012, p. 5-7), conforme mostra o Quadro 4:

**Quadro 4.** Classificação de reportagem, segundo Machado

Classificação	Definição
Reportagem objetiva	Descreve os fatos, é mais enxuta.
Reportagem interpretativa	História que apresenta análise e interpretação dos acontecimentos e dos fatos.
Reportagem argumentativa	Apresenta ação de persuasão, com a apresentação de argumentação em torno de ideias e motivos.
Reportagem no local	"Este tipo de reportagem dá vitalidade a uma crônica local", evitando a banalização de assuntos locais.
Reportagem quente	Apresenta imediatismo na cobertura de acontecimentos não previstos.
Reportagem morna	Ligada ao tempo do acontecimento, em três fases: explora acontecimento recente que necessita de mais explicações, os acontecimentos em fase de eclosão e quando eles são mais perenes.
Reportagem fria	Aborda acontecimentos previstos.
Reportagem de sequência	Oferece novas informações a acontecimentos já concretizados há algum tempo, como catástrofes, crimes.
Reportagem de revista	Aborda acontecimento ou tema já divulgado, porém, apresenta "novidade ao conteúdo".
Reportagem intemporal	Refere-se à "atualidade nunca escaldante, mas muito perto, sempre de boa temperatura".
Reportagem relocizada	Apresenta abordagem local para acontecimentos de caráter nacional e internacional, relacionando-os.
Reportagem novelística	Trata-se de uma modalidade de jornalismo literário, que mescla realidade e ficção, "muitas vezes caracterizado pela simbiose de dois gêneros diferenciados".
Reportagem de fatos/ <i>fact-story</i>	Apresenta texto objetivo, em formato pirâmide invertida.
Reportagem de ação/ <i>action-story</i>	Trata-se de relato que começa com o fato mais atraente chegando aos detalhes, envolvendo o leitor a partir de uma narrativa que mostra cenas, "como num filme".
Reportagem documental/ <i>quote-story</i>	Relata acontecimentos apresentando "elementos de forma objetiva, acompanhados de citações que complementam e esclarecem o assunto tratado"

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo, a partir de texto de Líliliana Mesquita Machado (2012, p. 6-7).

A referida autora indica o “tema e o espaço em que surge a reportagem” como critérios de classificação da reportagem. Porém, é possível observar que a temporalidade do acontecimento, o tipo de narrativa (descritiva, argumentativa, interpretativa) e a angulação também aparecem como elementos diferenciais. Observa-se que em certos tipos apresentados, como a reportagem de revista e reportagem intemporal, as definições se aproximam; há a reportagem novelística, que segundo a autora possui uma “simbiose de gêneros” como característica, mesclando realidade e ficção – questão polêmica para o jornalismo, que pauta a sua credibilidade na ideologia da objetividade e da imparcialidade do jornalista. No que se refere ao tipo de composição textual, há menção à interpretação, opinião, descrição e à informação, características presentes na narrativa da reportagem.

Além das classificações já apresentadas, Coimbra (1993) menciona três tipos de reportagem considerando as características textuais.

**Quadro 5.** Classificação de Reportagem, segundo Coimbra

Classificação	Definição
Reportagem dissertativa	Apresenta raciocínio explicativo.
Reportagem narrativa	Relata fatos organizados em que há uma cronologia, um desenrolar que mostra mudanças de coisas e pessoas.
Reportagem descritiva	Apresenta história com fatos cheios de detalhes, vários adjetivos, os verbos ficam no presente.

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo, a partir do texto de Coimbra (1993).

Novamente a estrutura textual é utilizada como critério para distinguir tipos de reportagem, sendo possível encontrar na narrativa composições textuais como explicação, narração e descrição. Isso mostra novamente a versatilidade da narrativa, conseqüentemente, da reportagem.

## 5. Uma proposta: narrativas híbridas?

A reportagem também flerta com outros gêneros, como a literatura, por exemplo. Isso já foi mencionado por Machado (2012), com a “reportagem novelística”, mais uma das denominações de reportagens que utilizam métodos de captação e técnicas literárias, diferenciando-se da reportagem diária nos jornais. Hibridismo defendido por alguns e negado por outros, a reportagem não só flerta com a arte, mas com a ciência, ao usar a técnica da imersão, como a observação direta ou participante. Nas modalidades descritas no Quadro 6, logo a seguir, observa-se que as relações do jornalismo com a literatura são enraizadas, considerando que escritores exercem o jornalismo e vice-versa, no Brasil e no

mundo. O uso das técnicas literárias para a elaboração da narrativa, incluindo narração, descrição, diálogo, exposição, perspectivas narrativas do narrador e/ou dos personagens/fontes, digressões, fluxo de consciência do personagem, como diz Lima (2004), são possibilidades. Observa-se no caso da reportagem de ideias a mesma preocupação em valorizar fontes e abordagens diferenciadas, diferentemente do que ocorre no jornalismo mais convencional.

**Quadro 6.** Reportagens híbridas

Classificação	Definição
Reportagem-crônica	Aborda o cotidiano, utilizando técnicas literárias, dando ênfase a personagens.
Reportagem-descritiva	Utiliza a descrição como elemento essencial na narrativa, como àquelas que relatam a Guerra de Canudos, elaboradas por Euclides da Cunha e publicadas no jornal O Estado de S. Paulo, em 1902.
Romance-reportagem	Cosson (In Castro; Galeno, 2002, p. 71) classifica como gênero híbrido, reúne “[...] nessa condição de gênero a força política do jornalismo com a força poética da literatura”.
Livro-reportagem	Projeta na narrativa liberdades, desde o tema, propósito, passando pela pauta, pela abordagem, pela captação, pelas fontes, texto e edição (Lima, 2014, online).
Reportagem-perfil	“Retrato detalhado de personagens famosos ou anônimos, individualizando a compreensão mais ampla possível do ser humano em destaque na matéria” (Lima, 2014, online).
Reportagem-conto	É texto enxuto, claro, com ênfase ao “sentido humano”, às histórias de vida. A estrutura é a do conto. “Um meio de introdução da ficção no real, colorindo os fatos, revestindo-os de sutilezas psicológicas, quase sempre proibidas no jornalismo (Sodré; Ferrari, 1986, p. 98-99)*”.
Reportagem-etnográfica	Utiliza “técnicas de encenação de estilos de vida e inverte as formas convencionais de cobertura da atualidade (Seibt, 2013, p. 104)*”.
Reportagem de ideias	É formato criado por Foucault, oferecendo uma perspectiva do intelectual. Valoriza o fato e usa fontes não convencionais. (Seibt, 2013, p. 104)

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo, a partir de diversas fontes.

Entretanto, como aponta Yanes (2004), a reportagem em si é naturalmente híbrida, desde o surgimento do jornalismo, pois uma narrativa jamais existe sem a influência de outras narrativas. Segundo o autor, “não existe um purismo



narrativo, pois a literatura é construída por traços históricos” (Yanes, 2004, p. 68, *tradução nossa*).

## 6. A hipernarrativa

Por fim, o advento da Internet viabilizou a reportagem guiada por dados, ou Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD), como Barbosa e Torres (2013) denominam o jornalismo que utiliza os dados disponibilizados na *web* pelas organizações públicas, privadas e terceiro setor como base para produzir reportagens, confrontando-os. O JDBD tem origem no “jornalismo de precisão”, criado por Philip Meyer no final da década de 1960 e difundido no início da década de 1970, nos EUA. De acordo com Barbosa e Torres (2013), surge um novo paradigma com o Jornalismo Digital em Base de Dados. Com esse método de apuração, o jornalismo ganha algumas funcionalidades:

*1) integrar os processos de apuração, composição, documentação e edição dos conteúdos; 2) orientar e apoiar o processo de apuração, coleta, e contextualização dos conteúdos; 3) regular o sistema de categorização e qualificação das distintas fontes jornalísticas, indicando a relevância delas; 4) habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento, por meio de técnicas estatísticas ou métodos de visualização e exploração como o data mining. Também assegurando a aplicação da técnica do tagging; e 5) garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos. (Barbosa & Torres, 2013, p. 154)*

Os autores afirmam que se trata de uma “hipernarrativa”, porque mescla “narrativa tradicional” e narrativa da “nova mídia”, considerando uma base de dados. De outro lado, o internauta também se torna um “performador” de ações para levar a narrativa adiante. Pois, se ele não se movimenta, clicando nos *links* e escolhendo o que lerá ou verá em seguida, a narrativa para” (Barbosa & Torres, 2013, p. 157).

Já a *web* reportagem pode ou não se apropriar do JDBD. Enquanto a reportagem guiada por dados (RGD) tem como base a estatística, as ciências da computação, a análise quantitativa, a *web* reportagem está diretamente vinculada às particularidades do meio: interatividade, multimídia, *hyperlinks*, que também são apropriadas nas RGD. Denominada também “reportagem multimídia”, “narrativa multimídia” ou “especial multimídia”. Longhi considera a *web* reportagem como “Grande reportagem constituída por formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, dentre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear (2010, p. 159-160)”. A *web* reportagem também nos leva à hipernarrativa, porque o internauta se torna “performador”, confirmando a flexibilidade da narrativa da reportagem.

O desenvolvimento do Jornalismo de Dados requer uma reconfiguração de formação acadêmica, redações e a mistura de técnicas e procedimentos. Segundo Renó e Renó:

*A essa mistura de 'jornalimos' também estão envolvidos no jornalismo de dados o grande volume de informação e visualização interativa. Por isso, o envolvimento de um profissional de tecnologia se justifica à equipe de redação para desenvolver tarefas como extração de dados, depuração, aplicativos de notícias, entre outras atividades. (2015, p. 134, tradução nossa)*

Sem dúvida, isso tem feito com que o espaço para as reportagens cresça cada vez mais. Da mesma maneira, cresce a composição de redações e técnicas interdisciplinares, onde o jornalista aprende a conviver profissionalmente com outros perfis de conhecimento.

## 7. Reportagem transmídia

A linguagem transmídia é apropriada aos conceitos sobre reportagem apresentados neste texto. Trata-se de uma narrativa que reúne "conteúdos produzidos por plataformas de linguagem distintas, porém relacionadas entre si, e que em conjunto constroem um novo conteúdo com renovado significado cognitivo" (Renó & Flores, 2012, p. 82, tradução nossa). Além disso, esses conteúdos devem circular por meios sociais e, se possível, ser produzido por e para dispositivos móveis. Dessa maneira, espaços como a blogosfera e redes sociais são ideais para a produção e circulação de conteúdos multiplataforma.

Porém, a reportagem transmídia está em um momento de consolidação, o que deixa os seus limites indefinidos e a acepção da mesma como transmídia pouco usual. São encontradas reportagens de caráter transmidiático em conteúdos denominados como reportagem multimídia, *docugame* ou mesmo em conteúdos não definidos. Trata-se de reportagens que envolvem gamificação como princípio narrativo, mas também uma diversidade de conteúdos em plataformas distintas, independentes e relacionados entre si. Um exemplo bem sucedido é a reportagem *A Batalha de Belo Monte*, produzido e publicado pela Folha Online em 2013, que reúne conteúdos complementares, independentes entre si, e em multiplataforma de linguagem.

**Imagem 1.** Interface reportagem sobre Usina Belo Monte



Fonte: <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>

O conteúdo é composto por infográficos, vídeos, fotos em grande escala de exibição, vídeos com textos informativos e imagens artísticas, o que amplia a liberdade narrativa e hibridação descrita neste artigo.

**Imagem 2.** Texto, vídeo e videojogo oferecidos na página.



Fonte: <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>

**Imagem 3.** Videojogo Folhacóptero.

Além disso, a reportagem mescla, como narrativa jornalística, o conceito de videojogo com o aplicativo do Folhacóptero, que “sobrevoa” a usina num passeio virtual e informativo. Dessa maneira, o leitor/usuário, definido por Levinson como “*new new user*”, ou “produtor de conteúdo midiático que consome conteúdo midiático” (2012, p. 61), pode obter uma experiência cognitiva além da leitura ou da recepção comunicacional tradicionalmente oferecida por outros modelos de reportagem. Trata-se de uma proposta essencialmente inovadora, além de ser uma maneira de transformar o jornalismo em uma experiência lúdica sem que o mesmo se transforme no *showjournalismo* criticado por Arbex Jr. (2005), onde a audiência contemporânea é, muitas vezes, alcançada a qualquer custo, mesmo que em detrimento da qualidade da notícia.

## 8. Conclusões

A narratividade que organiza as experiências humanas em linguagem continua sendo a responsável pela interação característica dos novos tempos e das novas maneiras de produzir conteúdos. Nesse sentido, os estudos de linguagem no contexto da comunicação firmam-se como indispensáveis para o entendimento da complexidade dos relacionamentos no processo comunicativo e fundamentais para aquele que enfrenta o desafio da produção midiática pela narrativa. Isso se potencializa com as possibilidades narrativas que surgiram a partir da *web 2.0* e do desenvolvimento de espaços digitalmente participativos.

No caso do jornalismo, especialmente a reportagem, verifica-se, na breve revisão apresentada neste artigo, que esse formato ou espécie é considerado

gênero informativo, relato, interpretativo e diversional, dependendo do pesquisador, além de possuir classificações diferentes, de acordo com o referencial teórico adotado e dos critérios utilizados para observar padrões, que abrangem diversos tópicos, sem que com isso se alcance um consenso. Um estudo da reportagem como gênero certamente deve considerar as condições de produção, a perspectiva do jornalista em relação aos fatos e, a relação do jornalista com o leitor. Isso pode ser observado a partir do exemplo apontado neste texto – a reportagem sobre a Usina Belo Monte. No caso especificado, percebemos traços intensificados de um conteúdo informativo, relato (já que em alguns momentos os jornalistas envolvidos relatam informações sobre os dias vividos na região), interpretativo e diversional (a partir do videojogo oferecido para os usuários).

Esse panorama diverso em relação à reportagem nos leva a refletir sobre a riqueza da narrativa como organizadora das experiências humanas e do processo comunicativo na mídia. É impossível aprisioná-la em uma só estrutura textual, em uma só temporalidade, em uma só perspectiva do autor, em um só estilo, uma plataforma midiática, em significações demarcadas, em um só método de apuração. Um dos caminhos para compreender uma tipologia da reportagem seria pensar nas possibilidades da narrativa e como ela se apropria de estratégias diferenciadas para constituir os gêneros jornalísticos – discursos da mídia que produzem grande impacto na sociedade contemporânea.

Os resultados do trabalho apontam para a necessidade de capacitação dos jornalistas contemporâneos e a preparação dos novos jornalistas a partir de uma modificação/atualização dos projetos pedagógicos das universidades de tal maneira que sejam reforçadas capacidades interdisciplinares que aliem conhecimentos do fazer jornalismo com uma base sólida na produção de conteúdos digitais. Isso já ocorre em diversas universidades norte-americanas, como Stanford e Columbia, onde o aluno de jornalismo sai preparado para realizar projetos de programação para ambientes contemporâneos, especialmente em tecnologia HTML5 e na elaboração de algoritmos para o levantamento de dados. Dessa maneira, poderão atender a uma tendência comunicacional que poderá ser, num curto espaço de tempo, uma sólida realidade: a narrativa transmídia.

## Referências bibliográficas

- Arbex Jr., J. (2005). *Showjournalismo: a notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela.
- Assis, F. (2010). *Fundamentos para a compreensão do gênero jornalístico*. ALCEU. PUC-RJ- v. 11 - n.21 - p. 16 a 33.
- Assis, F. (2014). *Gênero diversional: conceitos*. Tese. Universidade Metodista de São Paulo- São Bernardo do Campo.
- Assis, F. & Marques de Melo, J. (2010). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: Editora Universidade Metodista de São Paulo.

- Bakhtin, M. (1997). *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- Barbosa, S. & Torres, V. (2013). O paradigma Jornalismo digital em Base de Dados: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. *Galáxia*, São Paulo, online, n. 25, (152-164). Recuperado de <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/10398/11381>.
- Chaparro, M.C. (2002). Cem anos de Assessoria de Imprensa. Em Duarte, J. *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia*. São Paulo: Atlas.
- Chaparro, M.C. (1998). *Sotaques d'aquém e d'além-mar - Percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro*. Santarém, Portugal: Sorteio.
- Coimbra, O. (1993). *O texto da reportagem impressa. Um curso sobre sua estrutura*. São Paulo: Ática.
- Cosson, R. (2003). Romance-reportagem: o império contaminado. Em Castro, G. & Galeno, A. *Jornalismo e literatura – a sedução da palavra*. São Paulo: Escrituras.
- Costa, L. (2010). *Gêneros Jornalísticos: conhecimento brasileiro*. Em Assis, F. & Marques de Melo, J. *Gêneros jornalísticos no Brasil (324-325)*. São Bernardo do Campo: Editora Universidade Metodista de São Paulo.
- Groth, O. (2011). *O poder cultural desconhecido – fundamentos da ciência dos jornais*. Petrópolis: Vozes.
- Kindermann, C.A. (2003). A reportagem jornalística no Jornal do Brasil: desvendando as variantes do gênero. Dissertação. Unisul – Universidade do Sul de Santa Catarina. Tubarão, SC. Recuperado de [http://busca.unisul.br/pdf/69876\\_Conceicao.pdf](http://busca.unisul.br/pdf/69876_Conceicao.pdf).
- Lage, N. (2006). *A reportagem. Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. São Paulo/Rio de Janeiro: Record.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Nova Iorque: Pinguim.
- Lima, E.P. (2004). *Páginas ampliadas: o livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Barueri, SP: Manole.
- Lima, E.P. (s/f). *Verbetes*. Recuperado de <http://www.edvaldopereiralima.com.br/index.php/90-conceitos/191-verbetes-elaborados-por-edvaldo-pereira-lima>.
- Longhi, R. R. (2010) Os nomes das coisas: em busca do especial multimídia. *Estudos em Comunicação*, nº7 - Volume 2, (149-161). Recuperado de <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/vol2/longhi.pdf>.
- Machado, I. (2001). Por que se ocupar dos gêneros? *Symposium*. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, ano 5, no. 1 (3-13), Recuperado de <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3194/3194.PDF>.
- Machado, L. M. (2012). 30 anos de reportagem político-social na imprensa escrita do Porto (1974-2004): Jornal de Notícias, o Primeiro de Janeiro e O Comércio do Porto. *Comunicação & Inovação*. Universidade São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, SP, v. 13, n. 25 (3-12).
- Marcondes Filho, C. (2000). *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker Editores.
- Motta L.G. (2005). A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. Recuperado de <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>.

- Oliveira, H.M.G. (2010). Uma reflexão teórica sobre o furo de reportagem a partir da lógica de distribuição de conteúdos das agências nacionais no interior dos conglomerados de mídia. Artigo apresentado no 10º. Encontro Nacional da SBPJor – Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, Recuperado de [http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/10encontro/comunicacoes\\_coordenadas/hebe\\_maria\\_goncalves\\_de\\_oliveira.pdf](http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/10encontro/comunicacoes_coordenadas/hebe_maria_goncalves_de_oliveira.pdf).
- Pêcheux, M. (1990). Análise Automática do Discurso (AAD- 69) Em Gadet, F. & Hak, T. (orgs.) *Por uma Análise Automática do Discurso: uma Introdução à Obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da UNICAMP.
- Renó, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid: Fragua.
- Renó, D. & Renó, L. (2015). Las nuevas redacciones, el 'Big Data' y los medios sociales como fuentes de noticias. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 21, Núm. especial, (131-142). Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/51135/47473>.
- Seibt, T. (2013). Filho da Rua: jornalismo etnográfico ou reportagem de ideias? *Verso e Reverso*, XXVII (65). Pp. 102-107. São Leopoldo, RS: Unisinos.
- Seixas, L. (2004). Gêneros jornalísticos Digitais. Artigo apresentado no XIII Encontro Anual da COMPÓS, São Bernardo do Campo. Recuperado de <http://pt.scribd.com/doc/28326490/>.
- Sodré, M. & Ferrari, M.A. (1986). *Reportagem. Notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus.
- Temer, A.C.P. (2012). A importância do esporte na programação da Rede Globo de Televisão. Um estudo sobre gêneros e seus processos de hibridização. Artigo apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE. Recuperado de <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-0841-1.pdf>.
- Yanes, R. (2004). *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid: Fragua.

## **2.2 Capítulos de livros**

Da mesma maneira que na parte I foram apresentados artigos científicos relevantes para demonstrar minha trajetória no campo da ecologia dos meios, nesta etapa, considerada na introdução como parte II, ofereço sete capítulos de livro relevantes que apontam a uma contribuição ao campo dos estudos relacionados com a ecologia dos meios, seja como ambiente, seja como espécie. Ainda que de menor volume, e representando uma parcela de minha produção, este subcapítulo oferece olhares diversificados em momentos distintos não somente da tecnologia e da narrativa, mas também da sociedade neste período da minha trajetória acadêmica.



JOÃO CANAVILHAS (ORG)



# NOTÍCIAS E MOBILIDADE

JORNALISMO NA ERA DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS

JOÃO CANAVILHAS (ORG.)

# NOTÍCIAS E MOBILIDADE

O JORNALISMO, NA ERA DOS  
DISPOSITIVOS MÓVEIS



Livros Labcom  
Série: Jornalismo  
Direcção: José Ricardo Carvalheiro  
Design de Capa: João Nuno Sardinha  
Paginação: Cristina Lopes  
Covilhã, UBI, LabCom, Livros Labcom

ISBN: 978-989-654-102-6

Título: Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis

Autor: João Canavilhas (Org.)

Ano:2013

[www.livroslabcom.ubi.pt](http://www.livroslabcom.ubi.pt)

# Índice

Introdução .....	1
CAPÍTULO 1 - UM ECOSISTEMA EM MUDANÇA .....	3
La industria del contenido en la era Post-PC: Horizontes, amenazas y oportunidades.....	5
<i>Juan Miguel Aguado / Universidad de Murcia</i>	
Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais.....	33
<i>Suzana Barbosa / Universidade Federal da Bahia, Brasil</i>	
Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia.....	55
<i>Denis Renó / Univ. do Rosário, Bogotá</i> <i>Luciana Renó / Universidade Minuto de Dios, Bogotá</i>	
CAPÍTULO 2 - DO PAPEL AO ECRÃ TÁCTIL.....	71
Usabilidad, interactividad y contenidos multimedia en la prensa para iPad: el caso de <i>El País</i> , <i>El Mundo</i> , <i>ABC</i> y <i>La Razón</i> .....	73
<i>Antonio Sanjuán Pérez, Teresa Nozal Cantarero, Ana González Neira / Universidade da Coruña</i>	
A estrutura da notícia na mídia digital: uma análise comparativa entre o webjornal e o aplicativo para iPad de El País .....	99
<i>Mariana Guedes Conde / Universidade Federal da Bahia</i>	
Apps jornalísticas: panorama brasileiro.....	121
<i>Anelise Rublescki, Eugenia Barichello, Flora Dutra / Universidade Federal de Santa Maria</i>	

# Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia

Denis Renó / Univ. do Rosário, Bogotá

Luciana Renó / Universidade Minuto de Dios, Bogotá

## Introdução

Atualmente, os espaços midiáticos vivem uma realidade: uma convergência, representada por três tecnologias que oferecem comunicação audiovisual (telefone, televisão e computador). Estes três juntos ocupam cada dia mais o mesmo espaço. Agora temos uma televisão na internet, através de sites desenhados a partir de conceitos de redes sociais, como YouTube e Vimeo. Ao mesmo tempo, temos computador dentro do telefone celular, como os smartphones. Por fim, temos a televisão dentro dos telefones celulares. Ou seja, tudo em um equipamento pequeno, portátil e constantemente conectado: a mobilidade (Augé 2007). Junto a essa realidade está a tecnologia tátil, ou seja, as telas *touch screen*, que colocam o conteúdo “nas mãos” dos usuários de maneira expressiva.

Outra característica existente nos ambientes comunicacionais contemporâneos é a linguagem hipermídia. Nela, assim como os textos inter-relacionados, existem vínculos com outros tipos de fragmentos comunicacionais. Convivemos com discussões importantes a partir de George Landow (2009: 25), na revisão de seu conhecido livro Hipertexto 2.0. (agora denominado Hipertexto 3.0.), propondo que “a expressão hipermídia simplesmente estende a noção de texto hipertextual ao incluir informação visual e sonora, assim como a animação e outras formas de informação”. Mas o autor, no mesmo livro, decide não fazer distinções entre hipertexto e hipermídia, por crer que eles fazem parte de um único grupo que proporciona ao leitor uma atividade avançada nos processos de leitura-participação.

[Notícias e Mobilidade, pp. 55 - 70]

O usuário não é mais um leitor passivo, que aceita as estruturas e mensagens apresentadas a ele. Agora ele é um receptor/usuário, também chamado prosumidor (Toffler, 1985) que busca cada vez mais os espaços com possibilidade de leitura através de multi-linguagem, seja na televisão, no cinema, na literatura ou na internet. Por este motivo, a comunicação televisiva vive um crescimento de conteúdos intertextuais, pois é a forma de ampliar as linguagens disponíveis na “caixa mágica” e compensar a falta de navegabilidade na plataforma. O receptor/usuário faz uma navegação pelo processo cognitivo, e não pelos fragmentos apresentados pelo meio. Essa é uma característica fundamental da narrativa transmídia, um método de linguagem que a cada dia ocupa um espaço mais importante na sociedade da comunicação.

Narrativa transmídia, ou *transmedia storytelling*, está na moda, atualmente. Hoje em dia “tudo é transmídia”. Mas o termo não é novo: ele surge a partir da terminologia Transmídia, inicialmente proposta por Stuart Saunders Smith em 1975 (Renó & Flores, 2012, pág. 63), a partir do termo *trans-media music*, que apresentava uma mescla de melodias distintas em uma única obra. Em seguida, o termo foi adotado para o campo da comunicação por Marsha Kinder (1991), denominando-a de intertextualidade transmídia. Atualmente, o termo ganhou uma nova vida a partir das palavras de Henry Jenkins (2009), que passou a difundir o conceito transmídia com tal competência comunicacional que diversos trabalhos apontam Jenkins como autor do termo. Outra confusão conceitual existente a partir dessa moda midiática que ocupa a narrativa transmídia é com relação a outro termo, de significado semelhante, mas diferente. Alguns trabalhos publicados anteriormente apontam o *crossmedia* como sinônimo de transmídia quando, na verdade, são diferentes.

*Crossmedia* é um conceito que surge para explicar a distribuição de um mesmo conteúdo por diversos meios. Por exemplo, posso, a partir de uma estratégia *crossmedia*, desenvolver a mesma publicidade ajustada a diversos meios. É a mesma mensagem, com o mesmo conceito, mas com um formato específico para o meio. Transmídia é um conceito que surge para pensar numa distribuição de conteúdos diferentes, mas relacionados, por meios distintos para construir uma nova mensagem, ou seja, se tenho cinco fragmentos distintos obtenho ao menos seis mensagens distintas.

Porém, a narrativa transmídia está um pouco distante da prática jornalística e de seus tradicionais autores. Percebemos atualmente que os jornalistas necessitam preparar-se para o novo cenário da comunicação informativa, inclusive pela realidade atual. É necessário, além dos conhecimentos tradicionais, saber produzir conteúdos que tenham uma estrutura transmídia para que a sociedade contemporânea possa navegar pelas informações intertextuais modernas. Não é lógico repetir a mesma forma de outros meios, para os multimeios, especialmente com uma narrativa transmídia (Renó & Flores, 2012).

Inúmeros estudos necessitam de um desenvolvimento, a começar por uma revisão das teorias de comunicação, válidas para os antigos meios, mas questionáveis para os digitais atuais. Além disso, necessitamos mudar linguagens, pois agora são outros conteúdos, por outros meios, e para outros públicos, que conquistaram o status de coautor, de participante. Os “*new new media*”, como propõe Paul Levinson (2012), são compostos por ambientes participativos e retroalimentados pelos cidadãos. Esses atores são os seres-meios - como aponta Dan Gillmor (2005) - que produzem suas “notícias”. Esses cidadãos deixaram de ser fontes para jornalistas e passaram a ser fontes para a sociedade a partir de seus espaços virtuais, seja pela blogosfera, seja por rede social. Cidadãos que fazem a circulação da informação por sua própria força, e com suas próprias palavras e línguas. Aos jornalistas não agrada pensar nisso, mas é uma nova forma de fazer o factual, e o jornalista ficou com a possibilidade de fazer as reportagens, com mais profundidade no tema, e com mais técnica e tempo para fazer o que historicamente sabe melhor: contar histórias.

Este texto apresenta resultados de um estudo de caso de produções transmídia realizadas por estudantes colombianos de jornalismo. Para tanto, foram produzidas reportagens em ambiente digital, adotada como plataforma o aplicativo online Wix.com por oferecer recurso na construção de conteúdos em sistema HTML5 gratuitamente e atender à necessidade de acesso em smartphones e tablets. Ao todo, foram analisadas cinco reportagens transmídia, tendo como parâmetro de estudo a interface e a construção interativa oferecida pelos conteúdos. Espera-se, a partir deste estudo, oferecer argumentos e parâmetros para a produção de novos trabalhos onde a interface deve ser considerada como fator fundamental e

a narrativa transmídia desmistificada para uma melhor compreensão e construção do conteúdo.

## Discussões sobre interfaces

A interface do computador atua como um código que transporta mensagens culturais em uma diversidade de suportes (Manovich, 2005, pág.113). Ainda segundo Manovich:

As obras de arte dos novos meios possuem outras dimensões estéticas ou “experimentais” de caráter mais tradicional, que justificam seu estatuto como arte e não como desenho de informação. Entre ditas dimensões se contabiliza uma determinada configuração do tempo, o espaço e a superfície que se expressa na obra, uma determinada sequência das atividades do usuário durante o tempo de interação da obra, e uma determinada experiência formal, material e fenomenológica do usuário. E é a interface da obra a que cria sua materialidade única e a experiência única do usuário. Desta perspectiva, pensar em uma interface como em um nível separado, como em algo que se pode alterar de maneira arbitrária, é eliminar o estatuto de uma obra de arte dos novos meios enquanto arte (Manovich, 2005, pág.116).

Scolari (2004) defende que as interfaces também precisam da textualidade (de suas teorias, de seus modelos e reflexões) para não ficar reduzidas a um mero instrumento nas mãos do usuário. E mais, que elas não somente “conversam” com os humanos, senão que também o fazem entre elas, ou seja, não podem ser ilhadas de seu universo interativo nem estudadas à margem do sistema que pertencem.

Assim também defende Manovich (2005) quando descreve que o termo interface entre homem e o computador, ou interface do usuário, são as maneiras em que este interage com o equipamento. Compreende os dispositivos de entrada e saída física de dados, como o monitor, o teclado e o mouse. Além disso, já não se comunica com um computador senão com a cultura codificada em forma digital.



Manovich (2005, pág. 120) emprega o termo “interface cultural” para descrever uma interface entre o homem, o computador e a cultura: são as maneiras em que os computadores apresentam os dados culturais e nos permitem relacionarmos com eles.

Scolari (2004) defende que uma interface semio-cognitiva para a interação pessoa-computador é mais eficiente que uma interface simplesmente semiótica pelos limites deste conceito. A interface já não é considerada uma espécie de membrana que separa os espaços ou porções de matéria, senão um dispositivo que garante a comunicação – entendida como intercâmbio de dados – entre dois sistemas informáticos diferentes ou um sistema informático e uma rede de comunicação.

Defende também Scolari (2004) que a transparência das interfaces é um mito; na verdade, são complexos dispositivos semióticos que se escondem atrás da aparente automaticidade da interação. A definição de Scolari surge a partir de uma análise de conceitos de Mantovani (1995: 65, *apud* Scolari, 2004: 25), que defende o desaparecimento das tecnologias eficientes por confundirem-se com o entorno em vez de atrair a atenção do usuário. A preocupação fica com o que se faz e não com o instrumento.

Então, o que é interface? Scolari (2004) defende que a interface designa um dispositivo capaz de assegurar o intercâmbio de dados entre dois sistemas (ou entre um sistema informático e uma rede de comunicação).

O autor ainda utiliza metáforas para ajudar na compreensão das interfaces, pois entre o homem e as máquinas digitais há um campo onde a carência de conceitos específicos tem levado a uma proliferação de metáforas explicativas, como por exemplo o vírus que infecta os organismos de silício ou o menu que se abre e fecha com uma simples ação do dedo sobre o mouse, ou diretamente na tela. A idéia anterior é complementada por uma definição de Mantovani (1995, *apud* Scolari, 2004, pág. 46):

[...] as metáforas não somente servem para iluminar conceitualmente objetos ou processos obscuros: no caso das interfaces, através do dispositivo metafórico se encarnam hipóteses teóricas e se expressam concepções do homem e das relações intersubjetivas.

Para Kammergaard (1998, apud Scolari, 2004: 48), dialogar com as máquinas – metáfora conversacional – implica que os seres humanos e os computadores são considerados como sócios de um diálogo. O processo de interação é visto como um processo de comunicação onde o usuário e o aplicativo do computador atuam ambos como emissores e receptores, e o aplicativo é visto como capaz de demonstrar condutas comunicativas similares a de *partners*<sup>1</sup> humanos.

Nesta primeira fase dos computadores, conversar com o sistema significava que o operador – um técnico altamente especializado – conversava com os computadores através de uma linguagem de máquina pelo teclado, e o computador respondia por meio da impressora ou mais tarde por um monitor com interface alfanumérica. A interface projetada significava desenhar uma conversa entre homem e computador (Scolari, 2004).

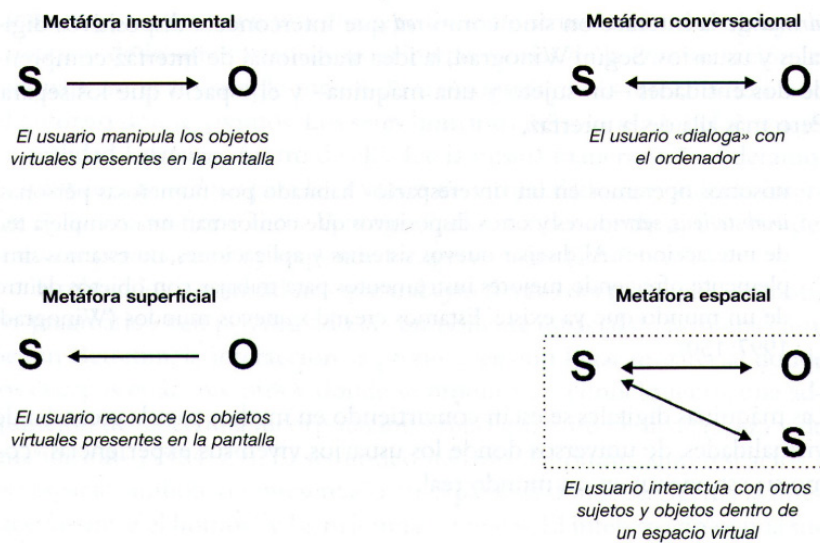


Figura 1 – A interface e suas metáforas (Scolari, 2004, pág. 74)

1) Sócio, associado, companheiro; participe, coautor.

Alguns anos depois já era possível conversar com os objetos, ou seja, havia um sistema mais interativo, onde o usuário podia comunicar-se diretamente com o programa em execução.

Na figura 2, S representa o sujeito e O representa o objeto. A primeira parte da figura, metáfora instrumental, mostra que há somente uma direção de comunicação nesta interface, ou seja, o sujeito manipula os objetos virtuais presentes na tela, mas não há interação entre eles. Esta metáfora representa a interface como extensão ou prótese do corpo do usuário, como a utilização do mouse na navegação em conteúdos de uma página web.

Na metáfora superficial, o usuário reconhece objetos virtuais presentes na tela, mas não manipula estes objetos, senão que recebe o conteúdo. A informação vem do objeto.

A metáfora conversacional é uma forma de interface como conhecemos hoje, ou seja, o usuário dialoga com o computador, como por exemplo se escreve no Word. O usuário digita as letras e computador mostra na tela.

A última metáfora, a espacial, é a mais completa no quesito interatividade, pois o usuário interage com outros sujeitos e objetos dentro de um espaço virtual, ou seja, manipula objetos ao mesmo tempo que pode interagir com outro usuário. Por exemplo, no Facebook é possível escrever algo e em seguida receber um comentário de outro usuário de uma maneira muito mais complexa de interação.

Complementando a metáfora espacial, devemos estabelecer uns conceitos importantes para que sua compreensão seja ampla. Esta metáfora existe em um ambiente hiper, ou seja, um espaço digitalmente expandido que é construído a partir de links “inteligentes”, ainda que a inteligência esteja incluída nos autores do roteiro narrativo destes espaços (Renó & Flores, 2012).

Porém, seja qual for a interface, podemos considerar que sempre deve existir a relação de semelhança, proposto pelo filósofo Rudolf Carnap (2003), que apresenta uma série de sistemas e teorias para se compreender a relação entre os conteúdos oferecidos numa única face. Carnap nos apresenta basicamente três modalidades de recordações de semelhança: cromática, auditiva e tátil. As três provocam recordações que sugerem algo, inclusive sensações. Uma interface deve apoiar-se também nestes critérios para que o usuário sinta uma experiência “real”, ainda que a partir de ambientes virtuais.

O importante, entretanto, é definir uma interface que atenda às necessidades do processo comunicacional que se inicia. Não existe uma interface ideal. Existe, sim, uma interface apropriada para um processo comunicacional que está sendo planejado.

## O jornalismo transmídia ao simples toque

O jornalismo transmídia é uma forma de linguagem jornalística que contempla ao mesmo tempo distintos meios com várias linguagens e narrativas a partir de inúmeros meios e para uma infinidade de usuários. Para tanto, devem ser adotados recursos audiovisuais, de comunicação móvel e de interatividade na difusão do conteúdo, inclusive a partir da blogosfera e das redes sociais, o que amplia de forma considerável a circulação do conteúdo. Além disso, a telefonia celular é uma ferramenta que passou a ser fundamental para propiciar a mobilidade e a instantaneidade do processo de construção narrativa, ainda que para isso seja necessário que se produza um pré-roteiro transmidiático.

A diferença do jornalismo transmídia sobre as outras formas de narrativas jornalísticas está na narrativa, que adota uma linguagem contemporânea, onde a mobilidade e a liquidez de estruturas, ou seja, a interatividade, assumem papéis importantes, como o de envolver e atrair o receptor para a interpretação participativa da mensagem, assim como sua transformação. Esse ponto – a expansão da narrativa a partir da interatividade – é um dos pontos fundamentais que podemos perceber.

A mudança no jornalismo está também no processo, e o telefone celular é algo a cada dia desconhecido, que se transforma ainda mais em um aparato que reúne tudo e que muda parâmetros de linguagens e conteúdos. Por esse motivo é fundamental compreender e criar linguagens específicas para o meio. O texto não é como um computador, pois a navegabilidade, por mais simples que seja, é distinta. O som não é como o do rádio, pois a transmissão nem sempre é de boa qualidade, e, além disso, pode ser *on demand*. O vídeo não é o mesmo que a televisão, pois o dispositivo possui uma micro-tela que limita a visualização do conteúdo e oferece uma interação a partir do sistema *touch screen* (telas táteis),

ou seja, oferece uma interatividade a partir de sua interface. Por esse motivo, é um dispositivo comunicacional diferente dos demais que conhecemos.

Entre os desafios que temos para descobrir ou compreender o novo cenário onde vive o jornalismo digital, o mais instigador é, sem dúvida, o jornalismo a partir de telefonia celular, não somente por questões tecnológicas, ou tecnocentricas, mas especialmente pela característica convergente do dispositivo. Em um smartphone, por exemplo, encontramos todos os outros veículos de comunicação de uma só vez. E inúmeras vezes se relacionam a partir de vínculos de caminhos e direções. Além disso, a partir deste dispositivo é possível acessar a internet com qualidade considerável, atualmente, sendo adotado como micro portátil computador, tendo o conteúdo ao alcance a partir de um toque (não um clique) em telas *touch screen*. Este conceito é o desenvolvimento de McLuhan (2005), para quem os meios tecnológicos eram a extensão do nosso corpo. Agora temos os dispositivos literalmente nas mãos, nos dedos. Tocamos o que queremos. Ainda que o sistema *touch-screen* para equipamentos eletroeletrônicos tenha sido criado conceitualmente em 1971 por Jason Ford (Elo TouchSystems), McLuhan não pensou nisso quando propôs o conceito. E tampouco pensamos que teríamos que mudar linguagens para isso.

A forma de se produzir conteúdos transmídia para redes sociais e blogosfera exige mais dos autores primários. Não se produz como antes. Existe uma necessidade distinta de projetar-se, planejar os caminhos e os conteúdos distintos para, ao final, produzir. É necessário pensar num roteiro transmídia, definido por George Landow (2009) como mensagens hipermediáticas, e atender às necessidades do jornalismo transmídia (Renó & Flores, 2012).

A partir destes parâmetros e com uma determinação de produção apresentada pelo programa da assinatura Produção Jornalística 5, do Programa de Jornalismo e Opinião Pública da Universidade do Rosário (Bogotá, Colômbia), os estudantes colombianos produziram cinco reportagens transmídia, cada uma em seu espaço específico na internet. Foram adotadas como ferramentas de produção telefones celulares e *tablets* (na produção de vídeos, entrevistas em áudio e fotos), além de computadores para produção dos textos, edição dos vídeos e construção dos espaços interativos.

A primeira reportagem, *Movilidad – como se mueve la ciudad*<sup>2</sup>, apresentou uma série de conteúdos sobre o problema da mobilidade em Bogotá. Para tanto, os estudantes se dividiram na coleta de conteúdos em diversos campos. Alguns produziram imagens gravadas de dentro de um táxi na hora de maior movimento. Outros fizeram vídeos e fotos também na hora de maior fluxo de carros dentro de um sistema de ônibus articulado de Bogotá (intitulado Transmilenio). Por fim, os estudantes investigaram para descobrir cifras sobre o movimento de carros em Bogotá diariamente na tentativa de compreender o real problema existente na cidade. Os conteúdos produzidos foram complementares, relacionados entre si em uma condição rizomática e construídos a partir de um roteiro de leitura (Renó & Flores, 2012).

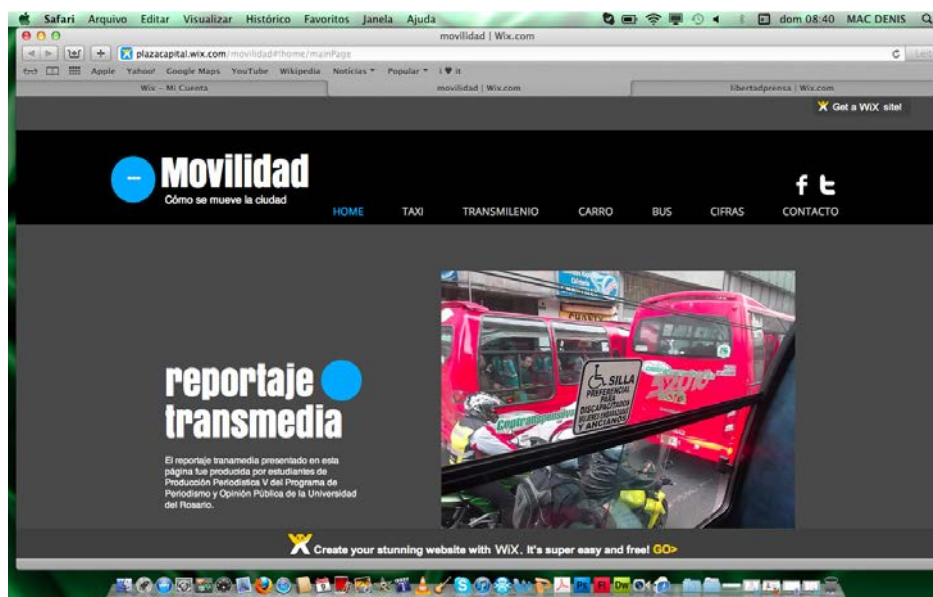


Imagem 01 – Interface da reportagem *Movilidad – como se mueve la ciudad*

2) Disponível em <http://plazacapital.wix.com/movilidad>. Acessado em 03/09/2012.

Como principal estratégia de distribuição, essa reportagem adotou somente as redes sociais, tendo como foco as redes de amigos dos próprios estudantes. Para tanto, foram postadas informações de divulgação em Facebook e Twitter, alcançando uma interessante cifra de acessibilidade (842 leituras).

A interface adotada foi arbórea (Manovich, 2005) e com o modelo de fluxo de informação metáfora instrumental (Scolari, 2004), pois não era possível a construção de fluxo de informações entre usuários a partir da própria interface, ainda que essa discussão tornou-se possível nas redes sociais. Porém, com conteúdo centralizado e menus superiores, o leitor teve a condição de navegar por todas as reportagens facilmente.



Imagem 02 – Interface reportagem *Libertad de prensa*

Já a segunda reportagem tratou de um tema próximo aos jornalistas. Intitulada *Libertad de prensa*<sup>3</sup>, o trabalho apresentou entrevistas, cifras e

3) Disponível em <http://plazacapital.wix.com/libertadprensa>. Acessado em 03/09/2012.

informações sobre o tema e inclusive comparou-o com liberdade de expressão. Com um conteúdo de interesse a jornalistas e advogados, a reportagem envolveu estudantes e especialistas dos dois campos na produção, pois um dos estudantes de jornalismo também estuda Jurisprudência na mesma instituição, na modalidade dupla carreira. Com isso, os estudantes tiveram a oportunidade de contar com um texto de opinião produzido pelo mesmo. Neste trabalho foram produzidos conteúdos relacionados com o tema em diversas plataformas: texto de notícia, texto de opinião, vídeo de entrevistas e áudio de entrevistas. Os conteúdos foram publicados no espaço construído pelos estudantes também de maneira que o leitor pudesse navegar sem uma ordem definida e de maneira rizomática na obtenção do conhecimento e também foram adotadas redes sociais para a distribuição do conteúdo. O que ficou claro, neste caso específico, é que era necessário uma melhor disposição de ícones para as redes sociais, pois o fluxo de navegação não partiu desta página, sendo limitado à divulgação somente pelas redes sociais dos estudantes envolvidos.

Nesta reportagem também foi adotada a interface arbórea com base e também um conteúdo que promovia o fluxo de informação metáfora instrumental, proposto por Scolari (2004). Entretanto, a interface em si estava mais simples e, dessa maneira, era mais fácil interpretar as informações. Por fim, destaca-se neste trabalho a ampliação de plataformas midiáticas disponibilizadas, pois com a utilização de recursos de áudio e de texto de opinião a informação tornou-se mais ampla e de mais agradável navegação.

A terceira reportagem, *Radio semillas: la voz de Iraca*<sup>4</sup>, apresenta resultados e técnicas distintas. Produzida por duas estudantes do programa que simultaneamente às aulas de Produção Jornalística 5 desenvolviam sua tese de graduação, o trabalho apresentado compartilhava três reportagens em vídeo com navegação interativa e rizomática entre eles para a construção do conteúdo. Também foram produzidas uma galeria de fotos, um *audioslide*, um *comic* e disponibilizado o canal da Rádio Semillas na internet. Para complementar as especificidades deste trabalho, destaca-se a produção de todos os conteúdos de

4) Disponível em <http://dianamarcelamelo.wix.com/radiosemillas>. Acessado em 03/09/2012.



vídeo, áudio, o *audioslide* e o comic totalmente a partir de dois equipamentos iPad 2.

Este espaço adotou também uma interface arbórea e, diferente dos outros, propôs como fluxo de informação uma metáfora conversacional (Scolari, 2004), ou seja, mais dialógica e navegável. Também se destaca neste trabalho a qualidade da interface em si, com conteúdos distribuídos no centro da tela e de fácil interpretação e de navegabilidade, o que aumentou o fluxo de informação pelas redes sociais (pois o conteúdo também circulou por Facebook e Twitter).



Imagem 03 – Interface reportagem *Radio Semillas: la voz de Iraca*

O que foi possível perceber nas duas primeiras reportagens é uma ainda presente prisão dos jovens estudantes nos valores tradicionais de construção de conteúdo digital. Houve pouca tentativa de experimentação na linguagem. Porém, essa realidade foi diferente na terceira reportagem, Rádio Semilla, pois os estudantes autores do trabalho desenvolveram uma interface inovadora e

ideal para navegação em dispositivos móveis táteis, como iPhone e iPad. Com o conteúdo centralizado, ficou fácil a compreensão de quais caminhos estavam disponíveis para a navegação, o que otimizou o resultado deste processo.

## Considerações

Conhecer as novas formas de produção de conteúdos jornalísticos atualmente é fundamental pois o tema sofre mudanças constantes. Ainda que existam técnicas e teorias bem estabelecidas esse campo profissional depende de desenvolvimentos e mudanças sociais e, obviamente, tecnológicos e de linguagem. Investigar sobre jornalismo transmídia é algo ainda mais importante porque tal forma narrativa é uma tendência no campo do aproveitamento dos processos comunicacionais pela opinião pública. A sociedade contemporânea está adotando cada vez mais comportamentos trans, ou seja, cada vez mais apoiada a uma linguagem hipermídia e multicanal.

Outra preocupação com a pesquisa deve ser direcionada aos estudos de interface, pois há poucas investigações neste campo, e menos ainda sobre jornalismo. Simultaneamente a essa carência encontramos uma frequente utilização e migração de meios jornalísticos para dispositivos móveis, em sua maioria com tecnologia tátil, ou seja, é justificável estudar sobre esse tema.

A partir dessa investigação ficou claro ser fundamental que os jornalistas, e os jornais, pratiquem o método transmídia, assim como aprendam a utilizar equipamentos de comunicação móvel, como os smartphones e *tablets*. Entretanto, para oferecer o conteúdo nestes dispositivos é necessário conhecer mais que tecnologia (o HTML5 já é uma interessante solução, e gratuita para a sociedade). É importante pensar em como oferecer ao prosumidor a possibilidade de viver experiências semelhantes às reais, cotidianas. Dessa maneira, os espaços táteis serão eficazes.

Por essa razão foram desenvolvidos os experimentos com os estudantes de jornalismo, ainda jovens e menos viciados em práticas tradicionais da profissão. São profissionais pertencentes a essas mudanças e conectados naturalmente, tendo em vista que todos os participantes tinham menos de 10 anos de idade

quando tornou-se uma realidade a web 2.0 e a participação do usuário na construção de conteúdos na internet.

Entretanto, percebemos, com a pesquisa, que esses jovens (ao menos os participantes) ainda possuem uma prisão no quesito criatividade e um bloqueio no que se refere ao raciocínio de estruturas narrativas livres. Uma das justificativas desse bloqueio pode ser a impressão defasada de que o jornalista é “proprietário” do conteúdo informativo que produz, ou seja, não aceita as possibilidades de compartilhar o conteúdo com prosumidores, e não mais leitores passivos. Ao mesmo tempo, a criatividade é um exercício, e tal atividade é pouco contemplada por alguns programas de formação de jornalistas.

Porém, percebemos que um grupo pode ter exemplos destacados, como as estudantes que desenvolveram a reportagem *Radio Semillas – La voz de Iraca*. As autoras Diana Melo e Silvia Ahumada demonstraram uma disposição para inovar a partir da interface de sua reportagem, e de continuar inovando com o conteúdo. Por essa maneira, experimentaram uma mistura de jornalismo com *comic* e complementaram essa mistura com o planejamento de um conteúdo audiovisual interativo a partir dos conceitos apresentados por Denis Renó (2011) sobre o tema.

O mais interessante dessa análise, no entanto, é a importância de se pensar numa interface eficaz para alcançar bons resultados na produção de reportagens que contemplem o jornalismo transmídia. Somente dessa maneira o jornalismo vai conseguir ocupar um espaço digno no novo cenário da comunicação, onde os donos da informação não são mais os jornalistas e os formatos são imprevisíveis.

## Referências bibliográficas

Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Madri: Gedisa.

Carnap, R. (2003). *The logical Structure of the World*. Chicago: Open Curt  
(tradução de Rolf A. George).

Gillmor, D. (2005). *Nós os media*. Lisboa: Presença.

- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe.
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Boston: Pearson Higher Education.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós comunicación.
- McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*. São Paulo: Cutrix. 18ª. Edição.
- Renó, D. P.; Flores, J. M. (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid: Fragua Editorial.
- Renó, D. (2011). *Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Tenerife: Editorial ULL.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York/Toronto: Bantam Books.



# Atlántica

de Comunicación

## NARRATIVAS TRANSMEDIA ENTRE TEORÍAS Y PRÁCTICAS

CAROLINA CAMPALANS  
DENIS RENÓ  
VICENTE GOSCIOLA  
(EDS.)

“Una sociedad se sostiene sobre su cultura, pero su mantenimiento se hace posible por su lenguaje, sus procesos comunicacionales. Por medio de los procesos de lenguaje se solidifica un comportamiento, las *escojas* sociales y la construcción de estos procesos. Pero con la llegada de los ambientes digitales, los procesos de comunicación existentes desde hace algunos siglos, especialmente en la era de Gutenberg, cambiaron de manera significativa hacia un nuevo formato, ahora transmedia.

Narrativa transmedia, *transmedia storytelling* o, simplemente, transmedia no es una estrategia, una moda, una estructura. La narrativa transmedia es un lenguaje definido naturalmente por la evolución de la sociedad contemporánea, denominada por algunos autores como neoposmoderna, aunque la propia posmodernidad sea cuestionada por otras líneas investigativas”.

Carolina Campalans  
Denis Renó  
Vicente Gosciola

NARRATIVAS TRANSMEDIA

4



EDITORIAL UOC



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

# Narrativas transmedia

## Entre teorías y prácticas

Carolina Campalans  
Denis Renó  
Vicente Gosciola  
*–Editores académicos–*

Director de la colección: Lluís Pastor

© Carolina Campalans, Denis Renó, Vicente Gosciola, Elizabeth Moraes Gonçalves, Fátima Martínez Gutiérrez, Nuno Bernardo, Sandra Ruiz, Yvana Fechine, Cosette Castro, Joan Ramon Rodríguez-Amat, Katharine Sarikakis, Carlos A. Scolari, Andrea Cristina Versuti, Daniel David Alves da Silva, Daniella de Jesus Lima, Bruno Cailler, Céline Masoni Lacroix, Luciana Renó, Fernando Ramos, Aurora García, Johan van Haandel, Teresa Piñeiro-Otero, Juliana Colussi Ribeiro, del texto

© de esta edición, 2014

Editorial UOC (Oberta UOC Publishing, SL)  
Gran Via de les Corts Catalanes, 872, 3a planta  
08018 Barcelona  
<http://www.editorialuoc.com>

Universidad del Rosario  
Carrera 7 No. 12B-41, of. 501  
Tel: 2970200 Ext. 7724  
Barranquilla (Colombia)  
<http://editorial.urosario.edu.co>

Corrección de estilo en español: Gustavo Patiño  
Diagramación: Precolombi EU-David Reyes

Diseño de la cubierta: Natalia Serrano  
Impresión:

ISBN Editorial UOC: 978-84-9064-236-8

ISBN Editorial Universidad del Rosario: 978-958-738-286-0

Depósito legal: B 18142-2014

*Ninguna parte de esta publicación, incluyendo el diseño general y el de la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ningún modo ni a través de ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación, de fotocopia o por otros métodos sin la previa autorización por escrito de los titulares del copyright.*

# Contenido

Introducción .....	1
<i>Carolina Campalans</i>	
<i>Denis Renó</i>	
<i>Vicente Gosciola</i>	
<b>Teorías</b>	
Narrativa transmídia: conceituação e origens.....	7
<i>Vicente Gosciola</i>	
Da narratividade à narrativa transmídia: a evolução do processo comunicacional .....	15
<i>Elizabeth Moraes Gonçalves</i>	
Diálogos interactivos: la evolución del ágora digital .....	27
<i>Fátima Martínez Gutiérrez</i>	
The Future of Transmedia and the Entertainment Industry.....	39
<i>Nuno Bernardo</i>	
Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia.....	49
<i>Denis Renó</i>	
<i>Sandra Ruiz</i>	
Transmídiação, entre o lúdico e o narrativo .....	69
<i>Yvana Fechine</i>	



# Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia

Denis Renó  
Sandra Ruiz

## Introducción

Desde su esencia, el periodismo es ciudadano, pues tiene como papel el desarrollo de la sociedad. Un desarrollo que tiene como fundamento la participación de los actores sociales en los procesos de decisión y reconstrucción de las informaciones. Claro que son realidades al menos imaginadas en sociedades democráticas, donde todos tienen la libertad de participar de los procesos de desarrollo.

El periodismo es una actividad que tiene como función social la construcción de la ciudadanía. Pero a pesar de esta definición, en realidad existen otros escenarios que acompañan el ejercicio del periodismo, como los oligopolios, los intereses políticos y los económicos, que en muchas ocasiones se dejan entrelazar en las “líneas” de la noticia. Por esta razón, no se realiza el papel ciudadano del periodismo.

Por otra parte, el periodismo no es la única fuerza comunicativa existente en las sociedades contemporáneas, donde líderes de opinión tienen conocimiento suficiente para desarrollar comunicaciones entre sus pares, a partir de las tecnologías presentes. Son los que el teórico brasileño Luiz Beltrão denomina *folkcomunicación*; es decir, los procesos comunicativos promovidos por los grupos populares. De alguna manera, y por una mirada amplia a aquello en lo que consiste una teoría de la comunicación (o sea, una teoría tiene alguna relación con otra, y así se construye un gran escenario comunicacional), hoy los líderes de opinión, denominados por Beltrão como líderes folk, están en las redes sociales buscando noticiar temas de interés de su grupo social.

Simultáneamente, encontramos el periodismo ciudadano, definido por Dan Gillmor (2005) como el periodismo donde los ciudadanos son los actores comunicativos, sin la participación, en ningún momento, de profesionales de comunicación. Son ciudadanos libres, que no dependen de los oligopolios, ni de los profesionales tradicionales ni tampoco de los lenguajes definidos por ellos (y por la academia) como ideales para reconstruir una historia de su interés. Son los “seres media”, como lo define Gillmor en su libro.

Por lo enunciado, los nuevos actores sociales adoptan recursos tecnológicos presentes en la web 2.0 para desarrollar sus espacios comunicativos, como, por ejemplo: blogs, canales en YouTube, redes sociales y el microblog Twitter. Para concretar la ciudadanía, ellos, además, utilizan lenguajes contemporáneos como la narrativa *transmedia*, que incluye interactividad, movilidad e interdiscursos, además de un proceso donde el autor asume el papel de *prosumidor*; es decir, no solamente consume la comunicación, sino que también produce nuevos mensajes, donde están los *comics*.

Proponemos en este capítulo generar una reflexión en torno a las posibilidades que las narrativas transmedia abren frente al tema del periodismo ciudadano en un país como Colombia, que ha tenido una interesante tradición en el campo de los medios alternativos; especialmente, desde la radio y los canales comunitarios.

## Conceptos de periodismo ciudadano

El campo del periodismo ha seguido diferentes definiciones desde su aceptación como actividad profesional que realiza la difusión de historias a partir de datos reales. Dichas historias, denominadas noticias, tienen como función el desarrollo de la sociedad a partir de la democratización de informaciones en beneficio de la justicia y de la igualdad, entre otras justificaciones. Aunque el tema sea considerado equivocado por algunas corrientes de estudios sobre periodismo denominando la tarea como reportería ciudadana, Gillmor (2005) define el término con una defensa de estructuras de la actividad y su papel social.

Pese a lo anterior, existe una doble tensión entre el periodismo que busca una función social, y los oligopolios de la comunicación en la sociedad, responsables por la regulación de lo que debe o no ser el contenido. Junto a eso, teorías del periodismo son definidas para comprender los fenómenos que para algunos forman parte del proceso, pero para otros son censura. Estos fenómenos son “bautizados”

por teóricos de *gatekeeper*<sup>1</sup> y *agenda setting*;<sup>2</sup> es decir, los campos que reglamentan los contenidos de los medios para la sociedad.

Además, otros teóricos empiezan a mirar los procesos comunicativos de una manera fundamentalista, como la escuela estadounidense, que propone en los primeros años del siglo pasado teorías como la hipodérmica, de Harold Lasswell; la de flujo de dos pasos, o *two step flow*, de Paul Lazarsfeld, y la matemática, de Claude Shannon. Para ellos, existía un flujo de la información que salía siempre del emisor y llegaba al receptor, aunque para Lazarsfeld y Shannon existía el líder de opinión. En esas dos teorías, el actor social denominado líder de opinión servía para reprocesar y redistribuir la información definida como fundamental por los emisores, que serían las empresas de comunicación, tanto en el campo del periodismo como en el de la publicidad.

Luego aparece una teoría que propuso cambios fundamentales en los procesos comunicativos. Una teoría que presentaba, incluso, cambios considerables en la forma de producir el contenido: la teoría de la aldea global, por Marshall McLuhan. Para este investigador, la sociedad pasaría, a partir de la televisión (pero con posibilidades de que otras formas de difusión de contenido reforzaran esto), a vivir en una aldea gigante que reuniría a ciudadanos de diversas partes y culturas para enviar el mismo mensaje. A partir de ahí, más aún, todos pasarían a tener los mismos gustos y deseos, además de recibir las mismas informaciones.

Esto fue una realidad en la sociedad hasta mediados del decenio de 1990, cuando todos querían consumir las mismas comidas, tenían los mismos gustos y las mismas opiniones sobre las cosas, ya fueran una sociedad local, regional, nacional o internacional. Hasta este punto, McLuhan era considerado un profeta de la comunicación, incluso en el campo de la internet, pues entre sus ideas estaba la de la interactividad a partir del tema de medios calientes y fríos.

Asimismo, la sociedad buscaba posibilidades de producir sus contenidos propios, ya fuera por tecnología obsoleta de prensas sencillas, por la distribución

<sup>1</sup> *Gatekeeper* es un concepto periodístico que define a la persona responsable de definir lo que es y lo que no es noticia, ello que define lo que debe y lo que no debe ser publicado. No es una función, sino un estatus profesional dentro de una redacción (Traquina, 2001). El concepto fue creado por Kim Lewin.

<sup>2</sup> *Agenda setting* es una definición figurativa de una relación de contenidos interesantes para la sociedad. Es una agenda general, global, donde están los contenidos “aprobados” por el *gatekeeper*. (Traquina, 2001)

de contenidos por fanzines<sup>3</sup> o por la creación de radios comunitarias (muchas veces, clandestinas). De alguna manera, estas siempre fueron iniciativas ciudadanas, aunque no tenían cómo competir con la prensa tradicional.

Ocurre que el tiempo ha cambiado, y, con ello, el estatus de profeta de Marshall McLuhan. El teórico tendría imaginado todo, excepto la existencia de la web 2.0, una posibilidad tecnológica que permite a la sociedad crear sus espacios y sus contenidos en la red; o sea, pasar a tener un espacio mediático dentro de la World Wide Web. Aparecen, entonces, los llamados “seres media” planteados por Dan Gillmor (2005). Para el autor:

Este capítulo llama la atención a dos grupos. Primero, las personas que muestran activas, por su cuenta y riesgo, antes de que el periodismo cívico haya sido puesto a la disposición de todos. Son los autores tradicionales de cartas al director, dedicados y activos, habitualmente locales. Ahora pueden escribir en blogs, organizar grupos y, en general, provocar agitación sobre las cuestiones, políticas u otras, que les interesan. Una vez que sepan hasta dónde pueden ir en el sentido de las fuentes tradicionales de información y de influenciar el proceso periodístico, tendrán un creciente impacto por quedar, más que antes, involucrados en un diálogo alargado. (Gillmor, 2005, p. 142)

Los medios de comunicación pasaron a promover la posibilidad de circulación de la información a partir de conceptos fundamentales, como lo propuesto por Manuel Castells (1999), para quien la sociedad pasó a organizarse a partir de redes sociales; a partir de afinidades, las personas construyen sus redes de contactos y en estas redes comparten contenidos, discusiones y temas de interés común. Aquí es importante aclarar que las redes sociales de las cuales habla Castells, de alguna manera, no son las mismas que conocemos hoy, como Facebook, Twitter y la blogosfera, las cuales intentan reproducir lo que pasa con las formas de relación en la sociedad para los medios digitales.

Pero con la llegada de las redes sociales digitales todo quedó más intenso. Denis Renó y Jesús Flores (2012) consideran que a partir de las redes sociales actuales, digitales, los ciudadanos pasaron a poder construir sus procesos comunicacionales

---

<sup>3</sup> Fanzine es el nombre de periódicos sencillos producidos y distribuidos por ciudadanos perplejos con algo o para defender sus filosofías comunes. Son productos de baja calidad, pero con alta creatividad la mayoría de las veces.

con fuerza suficiente para sostener los temas que para ellos son interesantes. Lo mismo consideran Oscar Espiritusanto y Paula Gonzalo Rodríguez (2011, p. 15), para quienes:

La participación de los usuarios en el ámbito de la comunicación varía dependiendo de sus necesidades y motivaciones básicas. No hay duda que el periodismo ciudadano cuenta con una serie de ventajas, como la herramienta para la comunicación y la colaboración frente a los medios tradicionales. En ciertas situaciones es más rápido y notablemente más económico, ya que permite tener a numerosos potenciales reporteros en cualquier parte del mundo a bajo coste.

Seguramente, la circulación de información por parte del ciudadano pasó a ser una realidad cada vez más presente en el escenario mediático, según Renó y Flores (2012), y, de la misma forma ocurrió con la regulación sobre lo que debe ser noticia, al definirse, en diversos casos, el contenido de la agenda informativa de acuerdo con los intereses sociales.

Pese a lo anterior, es fundamental saber lo que viene a ser ciudadano, y lo que significa obtener ciudadanía. Estas palabras suenan bien, pero significan mucho más que buenas palabras. Para Adela Cortina (2008, p. 15), “el ciudadano no es vasallo. El ciudadano no es siervo. El ciudadano no es esclavo. Y es muy importante construir comunidades de ciudadanos, de gentes que no son manejadas por otras, que no son manipuladas por otras”. Aun así, según esta autora, el tema ciudadano lleva a cabo dos ideas fundamentales: autonomía e igualdad. Filosóficamente, es un papel del ciudadano compartir con sus conciudadanos sobre lo que es bueno para ellos, en conjunto, en comunidad, como lo define Aristóteles en el texto *La Política*. De ahí la idea de crear comunidades virtuales para la construcción de la ciudadanía.

El sueño de poder llegar a una mejor condición de ciudadanía partiendo de la producción de información (especialmente, con la ayuda de la web), es reconocido hasta por teóricos tradicionales, acostumbrados a otros ambientes y procesos comunicativos. De acuerdo con Jesús Martín-Barbero (2008, p. 37), “en Colombia, por ejemplo, están reinventando la democracia desde pequeños municipios, desde barrios, desde emisoras de colegios, pero que es capaz de dar lugar, de dar cabida, a los problemas y a los sueños de los barrios”. Y, además, para Martín-Barbero, es “la hora de poner la comunicación al servicio de la construcción de ciudadanos cada día más capaces de hacerse cargo de sus sociedades”. Esto sería lo que conocemos como periodismo ciudadano.

Pero el tema del periodismo ciudadano es muchas veces comparado (y confundido) con periodismo popular (hecho para la población), periodismo local (hecho para un grupo local), periodismo comunitario (hecho para alguna comunidad en especial). En realidad, no lo es. Periodismo ciudadano, según Gillmor (2005), es un proceso de difusión de información por los ciudadanos y para los ciudadanos; es decir, no hay criterios ni agencias de regulación, y tampoco existe un lenguaje previamente definido por alguien. No hay editor ni *gatekeeper*. Es una forma anárquica de publicar noticias, la esencia del periodismo desde su surgimiento.

La participación de los ciudadanos en el ámbito informativo, y, sobre todo, en el periodístico, ha recibido diferentes nombres dependiendo del momento y de los autores que han tratado de definir el fenómeno: periodismo público, periodismo democrático, periodismo de guerrilla, periodismo de calle, periodismo voluntario o periodismo 3.0. En tiempos recientes, la denominación que mejor define este fenómeno es *periodismo ciudadano o participativo*: el más extendido, el que profesionales y no profesionales entienden, y el que han expuesto y argumentado profesores como Dan Gillmor, a quien muchos consideramos el padre del periodismo ciudadano, además de Jay Rosen o Howard Rheingold, entre otros (Espiritusanto; Gonzalo, 2011, p. 11).

Uno de los espacios más eficaces para publicar noticias es en la blogosfera, que significa el mundo de los blogs, pero no es lo único. En el mundo del periodismo ciudadano es importante que el tema libertad siga delante de los espacios. Según Espiritusanto y Gonzalo (2011, p. 4): “En paralelo, el fenómeno blog comienza a tomar forma. Los blogs y, sobre todo, las herramientas de generación de contenido basadas en software libre son una parte de gran importancia en este camino hacia la consolidación del periodismo ciudadano”.

Los mencionados autores defienden que a partir de espacios libres de construcción de conocimiento, de información y de circulación el periodismo ciudadano pasa a existir de verdad. En tales espacios circulan contenidos con un lenguaje y con unas características que conocemos como *narrativa transmedia*.

La narrativa transmedia es una forma comunicativa contemporánea que actúa a partir de pilares fundamentales; entre ellos, la participación, la interactividad, la circulación por redes sociales y blogosfera, y la movilidad. Todo eso podemos verlo en la realidad del periodismo ciudadano actual, donde la emisión de informaciones por internet a partir de teléfonos celulares, como la primavera árabe, entre otros incidentes del ámbito mundial que presenciamos durante los últimos años, deja claro el apoderamiento de las tecnologías móviles por parte de la sociedad.

## La narrativa transmedia y el periodismo

El periodismo, así como las otras modalidades comunicativas, tiene hoy una realidad inminente: la de convivir con los procesos transmedia en su profesión y en sus espacios, antes imperados por realidades mediáticas tradicionales (dentro del espíritu de las teorías de Lasswel y Lazarsfeld). Pero para entender la narrativa transmedia es necesario comprender cómo surge el término en la academia, para después empezar a mirarlo dentro de los procesos comunicativos contemporáneos.

El término transmedia pasó a existir partiendo de una idea propuesta por Stuart Saunders Smith en 1975 (Renó; Flores, 2012), donde este presentaba algo denominado *trans-media music*. Su propuesta era una estrategia para construir una música a partir de la combinación de diversas melodías provenientes de distintos instrumentos musicales.

Posteriormente a Saunders Smith, Marsha Kinder (1991) presentó un concepto denominado *intertextualidad transmedia*. El concepto original de la polifonía de Bakhtin (1986), que consiste en el “diálogo” entre textos distintos, pero con el concepto *trans*, es decir, no hay una jerarquía de importancia en el proceso de construcción y lectura del contenido.

Finalmente, surge el concepto de *transmedia storytelling*, también conocido como narrativa transmedia, por Henry Jenkins (2009, p. 135), quien presentó el siguiente concepto para explicar la narrativa transmedia:

Una historia transmedia se desarrolla a través de múltiples soportes mediáticos, con cada nuevo texto contribuyendo de manera distinta y valiosa para el todo. En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que hace mejor, a fin que una historia pueda ser introducida en una película, ser expandida para la televisión, novelas y HQ; su universo pueda ser explorado en videojuegos o experimentado como atracción de un parque de diversiones.

Pero la construcción de una narrativa transmedia se caracteriza por otros puntos fundamentales, como, por ejemplo, la *plataforma de distribución*. Es fundamental que el contenido tenga su difusión por redes sociales (Renó; Flores, 2012). Además, es interesante que el contenido sea producido por dispositivos móviles, como teléfonos celulares y *tablets*. Finalmente, es interesante que tenga la posibi-

lidad del actor *prosumidor*,<sup>4</sup> conocido en los modelos tradicionales de comunicación como receptor, interactuando con el contenido; es decir, fundamentalmente construido a partir de conceptos de interactividad.

Estas características determinan en la naturaleza de la narrativa transmedia su posibilidad de ir más allá de la simple reconstrucción de los acontecimientos, teniendo en cuenta que evidencia el proceso mismo del acontecer de la realidad y sus transformaciones; o sea, ella misma al producirse va cambiando, moviéndose y transformándose por sus múltiples autores, desde múltiples momentos y múltiples plataformas. Así pues, un mensaje transmedia no termina como tal: se transforma y se mantiene en potencia de continuar transformándose.

Para explicar esta naturaleza de movimiento y transformación de la narrativa transmedia podríamos retomar las teorías de Guilles Deleuze cuando explica el concepto de *movimiento* a partir del cine en su libro *Imagen-movimiento*, donde parte de la misma esencia del cine, la cual no es una imagen estática que se suma a otra reconstruyendo el movimiento o generando una falsa impresión de movimiento a partir de fotos, sino una imagen-movimiento que se traduce en una imagen media, y ello es lo que realmente percibe el espectador, conformada por imágenes no terminadas, donde todo depende de lo anterior y de lo siguiente, y donde los cortes no existen como tales, sino como móviles. El resultado final es, entonces, un movimiento real, y no solo su impresión (Deleuze, 1986).

Así mismo, en el caso de la narrativa transmedia podemos hablar de informaciones-movimiento las cuales se traducen en una información media, que es el verdadero mensaje resultante de esta narrativa, donde ninguna de sus informaciones puede ser analizada como una pieza única, como un momento o un enfoque de la realidad que se cuenta, sino que en sí misma evidencia el transcurrir y la transformación de la experiencia de realidad de quienes la están construyendo. Por lo tanto, no es la suma de productos terminados en diferentes plataformas, por cuanto está formada por informaciones incompletas o no terminadas que se van completando y transformando por las mismas comunidades autoras, a medida que acontecen sus experiencias de realidad. Es justo por esta construcción permanente del acontecer como esta narrativa resulta en especial pertinente para el periodismo, responsable de actualizar el presente.

---

<sup>4</sup> *Prosumidor* es la denominación del receptor en los modelos actuales de comunicación interactiva, donde el individuo no se limita solamente a “consumir” el mensaje, sino, también, la reconstruye, y así pasa a ser productor y consumidor simultáneamente.



En el campo del periodismo, a partir del lenguaje transmedia (una tendencia de lenguaje con presencia cada día mayor en los procesos comunicacionales), los procesos pasaron a ser fundamentalmente participativos. El periodista ya no es “el dueño” de la noticia. Ahora los ciudadanos que tienen acceso a ella, de alguna manera, son socios de la autoría, pues el contenido gana espacio en las redes sociales a partir de estos actores sociales, a menudo acompañados de algún comentario sobre el tema que reproduce algo personal del prosumidor. Como afirman Espiritusanto y Gonzalo (2011, p. 17), “hemos visto numerosos acontecimientos, fotografías, vídeos, *tweets*, textos enviados por personas que se encuentran en situaciones complicadas y hemos ido dando credibilidad a esas informaciones”. Es decir, los periodistas están utilizando las informaciones producidas por los prosumidores para reconstruir informaciones.

Por otro lado, de acuerdo con dichos autores, es fundamental que los periodistas aprendan a utilizar estas informaciones, pues de lo contrario no estarán en condiciones de contar historias de calidad. Los ciudadanos hoy se apoderaron de las tecnologías de información presentes y están produciendo contenidos informativos (dentro del interés de su red social) a partir de ellas. El periodismo está, incluso, pasando a seguir, de alguna manera, lo que dichos “*gatekeepers 2.0*” definen como contenido fundamental para la “*agenda setting*” actual.

Un ejemplo de esto ocurrió en Brasil a finales de 2011, cuando un periodista brasileño lanzó un libro llamado *Privataria Tucana*, y cuyo contenido eran acusaciones de corrupción del gobierno del expresidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) en los procesos de privatización de compañías estatales durante su gobierno. Fueron vendidos todos los 30 mil ejemplares en menos de 24 horas y la prensa no hizo ningún comentario sobre el libro ni su venta; posiblemente, por interés político (la prensa y la burguesía intelectual brasileña suelen coincidir en que profesan una cierta admiración por el expresidente FHC).

Lo que ocurrió fue que la sociedad, en general, al conocer el contenido del libro pasó a divulgar por Facebook y Twitter esta información. En menos de 2 días estaba disponible por las redes sociales una copia completa del libro en pdf. En el tercer día la segunda emisora de televisión más importante en términos de audiencia (Rede Record) presentó un reportaje sobre el libro de más de 10 minutos en horario doble, además de comentar en el reportaje que la producción fue pausada por la repercusión del libro por las redes sociales. Así pues, fue una narrativa transmedia generada por los ciudadanos brasileños lo que provocó la producción del reportaje.

Lo mismo pasó durante los conflictos conocidos como “Primavera Árabe”, en 2011, cuando ciudadanos publicaron por Facebook, Twitter y la blogosfera videos producidos por teléfonos celulares sobre lo que pasaba en su territorio. A partir de los videos la prensa internacional pasó a divulgar la situación en la región. A partir del conocimiento tecnológico, de los registros audiovisuales hechos por teléfonos celulares y de las narrativas transmedia la sociedad se hizo ciudadana.

## Periodismo ciudadano en Colombia

Teniendo en cuenta el concepto ya expuesto de periodismo ciudadano, definido desde Gillmor (2005), como “un proceso de difusión de información por los ciudadanos y para los ciudadanos”, podemos decir que, pese a no utilizarse comúnmente este término en el periodismo colombiano, sí se lo ha venido practicando en muchas de sus comunidades, y ello ha generado una importante tradición que podemos empezar a ubicar desde mediados del siglo pasado.

Este papel de generar medios e informaciones desde las mismas comunidades para mirarse y resolver sus necesidades o sus problemas es una realidad que desde los años sesenta del siglo XX se empezó a generar en Latinoamérica y en Colombia, a través de una serie de experiencias de comunicación en diferentes comunidades, que buscaban espacios para expresar sus problemas, sus inquietudes y sus logros.

Los primeros ejemplos se encuentran en la prensa, con periódicos como *El Campesino*, creado en 1961, o *Integración Comunal*, fundado en 1967 por don Antonio J. Ossa, decidido activista de organizaciones comunales del país, como aparece citado en el libro del encuentro Ciespal de Quito en 1974, “porque estoy plenamente convencido de que es la mejor manera de impulsar el desarrollo de la comunidad, de concientizar a la gente de pueblo de la responsabilidad que tiene de ser empresarios de su propio desarrollo” (Ciespal, 1974).

Por otra parte, el antecedente de mayor importancia fue, definitivamente, la Acción Cultural Popular, emitida a través de Radio Sutatenza desde 1948, y reconocida en toda Latinoamérica como una de las primeras experiencias radiales educativas importantes (Hoeberichts, 2001). De la mano de esta experiencia inicial, la radio se fue convirtiendo en el principal medio de desarrollo de los medios comunitarios o alternativos, tanto en Colombia como en América Latina, entendiéndose que “una radio ciudadana tiene un enfoque de desarrollo humano local porque cree en la ciudadanía y su capacidad de propuesta como base de la democracia” (Hoeberichts, 2001).

Así pues, en Colombia se empezaron a generar con rapidez redes como La Red de Emisoras Comunitarias del Caribe, que empiezan a registrarse desde 1975 en el CINEP, y se han mantenido a lo largo del tiempo en su labor de construir información periodística para las comunidades; es decir, realizando un periodismo ciudadano (Alvarado, 1992).

A pesar de esta evidente existencia de medios comunitarios desde los años sesenta y setenta del siglo XX, fue la Constitución de 1991 y su orientación hacia la democracia, el pluralismo y la descentralización, un motor fundamental para su desarrollo, al reconocer derechos como la libertad de expresión desde su artículo 20,<sup>5</sup> la protección a la actividad periodística en su artículo 73<sup>6</sup> y su disposición de garantizar el pluralismo informativo desde la administración del espectro electromagnético, tanto para radio como para televisión, como se expone en los artículos 75,<sup>7</sup> 76 y 77.<sup>7</sup>

A partir de la Constitución de 1991 se generó una serie de decretos que reconocieron tanto la radio como la televisión comunitarias, para 1995. Originalmente fue el Capítulo V del Decreto 1447 el que consagró el concepto de radio comuni-

<sup>5</sup> **Artículo 20.** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

<sup>6</sup> **Artículo 73.** La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

<sup>7</sup> **Artículo 75.** El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.

**Artículo 76.** La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio. Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia el inciso anterior.

**Artículo 77.** La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará a cargo del organismo mencionado. La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una Junta Directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la Junta tendrán período fijo. El gobierno nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión. La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la Entidad.

taria y fijó los mecanismos para la concesión de las respectivas licencias, y a través del cual se adjudicaron cerca de 600 emisoras. Luego de 8 años dicha norma fue revisada y remplazada por el Decreto 1981 de 2003, donde se confirman los fines de esta actividad a través de su Capítulo II.<sup>8</sup>

La radio comunitaria en el país ha permitido la expresión y la reflexión de muchas localidades, y ha generado importantes experiencias de comunicación en el ámbito cultural, como ocurre con las actuales 29 emisoras indígenas registradas (Colombia, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [MinTIC], 2010), así como en los ámbitos social y democrático, a través de emisoras que como Radio Carmen, del Carmen de Bolívar, la cual, junto a la Red de Emisoras del Caribe, se han convertido en estrategias de paz y de construcción de tejido social. Así habla el investigador Mauricio Álvarez, en su trabajo sobre las emisoras comunitarias del Valle de Aburrá respecto a las emisoras en Colombia: “En un primer nivel, las emisoras rescatan las tradiciones del barrio o del municipio; potencian y rescatan los valores, la participación, la solidaridad, la honradez, la veeduría, la vida y el trabajo en equipo, en resumen, ponen ante el micrófono a los personajes y las noticias locales, generando debates y discusiones en torno a las necesidades y problemáticas sentidas de la comunidad” (Álvarez, 2008).

En el mismo sentido, se ha venido desarrollando el proyecto *Radios Ciudadanas: espacios para la Democracia*, generado desde el Ministerio de Cultura a partir de 2004, como “[...] un proyecto nacional que genera diálogo, discusión y deliberación respecto a temas de interés público en los municipios y departamentos de Colombia. Mediante la realización de programas radiales en torno a ejes temáticos que se emiten en franja (diariamente y en el mismo horario), se generan reflexiones y debates que contribuyen a la transformación de la cotidianidad en los municipios del país” (Colombia, Ministerio de Cultura, 2012).

No obstante lo anterior, estas reglamentaciones y proyectos no eliminan los problemas de sostenibilidad y de mantenimiento que viven diariamente las emisoras comunitarias del país, pues, de todos modos, su funcionamiento implica unos

---

<sup>8</sup> “El Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora es un servicio público participativo y pluralista, orientado a satisfacer necesidades de comunicación en el municipio o área objeto de cubrimiento; a facilitar el ejercicio del derecho a la información y la participación de sus habitantes, a través de programas radiales realizados por distintos sectores del municipio, de manera que promueva el desarrollo social, la convivencia pacífica, los valores democráticos, la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de las identidades culturales y sociales. Por tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados”.

costes de equipos y personal que debe suplir totalmente la comunidad dueña de su medio. Por otro lado, a pesar de que el Estado ha dado prioridad en el otorgamiento de licencias para estas emisoras, las posibilidades de su espectro electromagnético se quedan cortas ante las muchas expresiones que un país diverso y lleno de historias, como Colombia, puede tener. Urgen, entonces, nuevas posibilidades de producir informaciones y medios alternativos para esta multiplicidad de comunidades.

Parte de la respuesta que se buscó para tal necesidad durante los años noventa del siglo XX fue el gran desarrollo de los primeros canales comunitarios, impulsados tanto por la Constitución de 1991, como por la proliferación de antenas parabólicas, que para entonces hacían más posible el acceso de las comunidades a la producción de comunicación audiovisual; de ahí que su sistema se centró en la televisión por cable. La normatividad se produce desde la Ley 182 de 1995, que reglamenta el servicio de televisión en el país, y donde se define la actividad de los llamados canales comunitarios a través del artículo 37,<sup>9</sup> con lo cual se dio un paso importante en la democratización y el derecho a fundar medios masivos de comunicación en Colombia (Crawford, 2002).

Para finales de 1998 ya existían en el país 265 canales comunitarios; especialmente, en la zona de Antioquia y el Eje Cafetero, teniendo en cuenta que su montaje se hizo más fácil en zonas productivas y de mayor actividad urbana. En general, se organizaron alrededor de una antena parabólica con un canal local, que mantenía una serie de abonados o de suscriptores conectados a través de cable, y, en algunos casos, irradiada. Aunque la gran mayoría dependían de organizaciones comunitarias, también se dieron casos en que los que dependían de las alcaldías, las empresas de comunicación, ONG y, en mucha menor proporción, de grupos privados, como congregaciones religiosas (CINEP, 1998). Con ello se perdía un poco de su definición realmente comunitaria.

Pero frente a la interesante oportunidad de comunicación que planteaban los canales de televisión para las comunidades, su carácter de autofinanciados trajo muchos problemas económicos, teniendo en cuenta que su funcionamiento exige una mayor inversión en infraestructura tanto inicial como de mantenimiento y en

---

<sup>9</sup> “El servicio de televisión será prestado por las comunidades organizadas, las instituciones educativas, tales como colegios y universidades, fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro y personas jurídicas con ánimo de lucro en municipios hasta de trescientos mil (300 000) habitantes, con énfasis en programación de contenido social y comunitario y podrá ser comercializado gradualmente, de acuerdo con la reglamentación que al efecto expida la Comisión Nacional de Televisión” (Colombia, CNTV, 1995).

soporte técnico que los medios radiales o de prensa. Ya para el informe realizado a solo 3 años de esta normatividad por el CINEP aparece planteada esta problemática, la cual evidenció, además, que mientras se abrían muchos canales, otros se estaban quebrando y cerrando (CINEP, 1998).

Las principales fuentes de ingreso para dichos canales están representadas en la publicidad, que no es fácil conseguir, por no tener la infraestructura adecuada para ello y por competir con la de los canales nacionales abiertos; también, por los ingresos por suscripción de abonados a la parabólica, y que, definitivamente, se constituyó en muchos casos en su principal fuente de ingreso, pero tuvo que competir con los grandes operadores comerciales que ofrecen muchos más canales y más atractivos.

Ante tal estructura de mantenimiento a partir de la competencia, muchos de los mencionados canales “comunitarios” se dedicaron a emitir canales de televisión extranjera, y así olvidaron su naturaleza de expresión de la comunidad, lo que perjudicó el sentido de la construcción social original de los canales de televisión comunitaria. Un intento por controlar este desvío fue la expedición de un acuerdo, por parte de la CNTV, en 2006, dirigido a reglamentar estos canales de una manera más detallada en cuanto a sus fines y su naturaleza, y donde se define la televisión comunitaria como:

El servicio de televisión cerrada sin ánimo de lucro prestado exclusivamente por las Comunidades Organizadas [...] cuya finalidad es satisfacer las necesidades educativas, recreativas y culturales de la comunidad, y cuya programación debe hacer énfasis en contenido social y comunitario. En razón a su restricción territorial, por prestarse sin ánimo de lucro y por ser televisión de interés público, social, educativo y cultural, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción de carácter comercial. (Colombia, CNTV, 2006)

No obstante lo anterior, con ello no se logró dar una solución real al problema de financiación, sobre lo cual, a su vez, han girado la mayoría de cuestionamientos por parte de los operadores comunitarios que han encontrado en la asociación una manera de consolidarse para continuar prestando su servicio social a las diferentes comunidades.

De esta manera nacieron varias asociaciones, como la Cooperativa Multiactiva de Televisión Comunitaria, que nació el 19 de abril de 2002, basada en los principios de “la humildad, la confianza y la lealtad” y desde entonces, como aparece en su

portal, “promueve el desarrollo técnico, económico y social de la región o zona de influencia de cada uno de los sistemas asociados a la cooperativa” (COMUTV, 2007). Para ello ha venido realizando desde 2007 la feria anual internacional COMUTV. Tal tipo de estrategias ha permitido que hoy el país cuente con una experiencia de casi 3 décadas construyendo informaciones audiovisuales desde sus comunidades y para sus comunidades, con cerca de 769 canales, según registros de 2011 de la CNTV.

Este recorrido histórico por el desarrollo de los medios comunitarios del país, sean alternativos o ciudadanos, evidencia claramente una importante tradición de periodismo ciudadano en los sistemas de comunicación colombianos, donde la mayoría se han mantenido a través de una gran voluntad de las diferentes comunidades que reconocen su innegable necesidad, junto a una creciente necesidad de aumentar este tipo de alternativas de una manera más sostenible para las mismas comunidades. Ello hace pensar en la urgencia de adaptar dicha tradición a las nuevas tecnologías y al desarrollo de narrativas comunicativas como la transmedia, que posibilitan una construcción de mensajes múltiples desde múltiples plataformas.

Así como el desarrollo de los medios comunitarios durante estos años ha exigido el desarrollo de lineamientos, asociaciones y manuales, la entrada de dichas nuevas posibilidades tecnológicas y narrativas generará muchas nuevas formas de construir la información dirigida a sus comunidades, por lo cual se hace urgente que se empiecen a generar reflexiones sobre experiencias específicas de las comunidades con las llamadas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En tal sentido, el Ministerio de las TIC ha empezado a moverse a través del programa Vive Digital, que busca la masificación del uso de la internet en el país y el estudio de una modificación en la normatividad del Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora, que la actualice a los nuevos escenarios técnicos y comunicativos (Colombia, MinTIC, 2012).

También empieza a evidenciarse cómo, a pesar de la baja penetración de banda ancha en Colombia respecto a otros países y al reducido uso de la internet en los estratos 1, 2 y 3 (Colombia, MinTIC, 2012), hay comunidades que han empezado a migrar a estas nuevas tecnologías, donde encuentran una mayor posibilidad de difusión a través de las redes sociales y los blogs, lo que a largo plazo puede significar una baja en los costos de mantenimiento de los onerosos sistemas análogos de difusión.

Un ejemplo de este evidente desarrollo desde las comunidades es la influencia que las redes sociales, los blogs y los canales gratuitos de video, como YouTube, han tenido en Colombia frente a movilizaciones como las marchas por la paz en 2008, y,

más recientemente, la protesta emprendida por los estudiantes de todo el país frente a la reforma a la Ley de Educación Nacional, para la que, a través de numerosos perfiles en Facebook, como: “No a la reforma de la ley 30”,<sup>10</sup> “No a la reforma de la ley de educación”,<sup>11</sup> y “Debate reforma educativa”,<sup>12</sup> además de cuentas de Twitter y la circulación de videos en YouTube,<sup>13</sup> se han generado diferentes informaciones que se han respondido y desarrollado entre sí y generado una verdadera narrativa transmediática, que hoy por hoy sigue en proceso de construcción, por parte de las diferentes comunidades juveniles del país.

## Consideraciones

La consideración más importante es la evidencia de la necesidad que las comunidades tienen de generar sus propios contenidos, y el hecho de que, por lo tanto, la producción de contenidos ciudadanos de carácter informativo es una realidad en crecimiento por parte de la sociedad, que quiere participar cada vez más del proceso, como lo defiende Dan Gillmor (2005), considerado el padre del término “periodismo ciudadano”. Un poco de esta tendencia se comprende a partir de los conceptos de Zygmunt Bauman (2001), quien interpreta las características de la sociedad contemporánea como una sociedad líquida, donde las personas tienen como ambición participar de todos los procesos sociales, y cambiar sus estructuras en cuando ello les sea posible.

El periodismo ciudadano es una realidad que siempre ha estado presente en los procesos sociales en Colombia, si bien bajo diferentes denominaciones, y donde hay una importante tradición de lucha de sus comunidades por expresarse de manera particular desde sus propios medios. Sin embargo, ha sido igualmente tradicional su problemática económica, al requerir altos costos tanto para la producción como para la distribución; especialmente, para los medios radiales y de canales de televisión, y donde muchas veces, buscando posibilidades de mantenimiento, se sacrifican los contenidos realmente comunitarios. Situación que se despeja actualmente si

---

<sup>10</sup> <http://www.facebook.com/events/#!/pages/No-a-la-reforma-de-la-Ley-30/139228302813965?sk=wall>

<sup>11</sup> <http://www.facebook.com/events/#!/groups/162832623775595/>

<sup>12</sup> <http://www.facebook.com/events/#!/profile.php?id=100003090641274>

<sup>13</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=Kt\\_B6zufBFs](http://www.youtube.com/watch?v=Kt_B6zufBFs) <http://www.youtube.com/watch?v=dIPg9dtuJBA&feature=fvwrel>



tenemos en cuenta cómo las nuevas posibilidades tecnológicas de producción y de distribución de noticias entran a optimizar estos procesos.

La proliferación de las tecnologías digitales y el crecimiento de la web 2.0 facilitan el desarrollo del periodismo ciudadano, donde los ciudadanos pueden construir sus espacios mediáticos a muy bajo costo y darlo a conocer a partir de sus redes sociales. Por ejemplo, la producción de contenidos audiovisuales ahora es mucho más sencilla a partir de teléfonos celulares, que vienen con cámaras para grabación de video acopladas naturalmente y son equipos económicos. Así mismo, está de por medio la posibilidad de editar los materiales directamente en canales como YouTube, que ofrecen aplicativos en su página web, donde el proceso de edición es desarrollado *online* y automáticamente, al tiempo que puede subirse el video para la web.

Pero este desarrollo tecnológico no solo posibilita hacer periodismo ciudadano sin los tradicionales problemas económicos, sino, además, generar mayores posibilidades de comunicación y efectividad, pues a partir de la redes y de la internet, cada ciudadano se convierte en un informador que tiene como característica el “vuelo de abejas” por las noticias, produciendo informes desde su entorno de forma sencilla. La distribución del contenido, un factor importante para la existencia del proceso, ahora es fácil y gratis. A partir de las redes sociales la información llega sin costo a cada ciudadano, y así gana fuerza a partir de un modelo comunicacional que denominamos *viral*; es decir, con una transmisión de uno a uno, como un virus.

Otro punto que vale la pena considerar es el desarrollo de los lenguajes propios. El argumento que presentan los teóricos contra el concepto de periodismo ciudadano es que ellos no siguen los criterios ni los lenguajes definidos como ideales para el ejercicio de la profesión. Lo que ocurre es que, justamente, sus lenguajes no buscan ser estandarizados para una información generalista, ni están marcados por una agenda o interés determinado. Los ciudadanos desarrollan sus propios lenguajes en el ejercicio de su periodismo ciudadano; es un proceso construido por los ciudadanos y para los ciudadanos, sin normas ni lenguajes predefinidos. Esto hace parte de la libertad de expresión, y de las posibilidades de las comunidades para autocontarse, autodefinirse, automirarse. Es a partir de estas nuevas miradas y lenguajes propios como ahora los reporteros profesionales deben empezar a construir sus noticias dentro de los patrones definidos por la profesión.

Dentro de los lenguajes presentes, merece destacarse la narrativa transmedia, que presenta como características fundamentales la participación en los procesos, la retroalimentación de contenidos, la circulación por redes sociales, la movilidad

y la intertextualidad entre contenidos. Características, todas ellas, fundamentales en los procesos de periodismo ciudadano de la actualidad, como se ha podido evidenciar en procesos de reconstrucción ciudadana del mundo, como la Primavera Árabe y la Segunda Guerra de Irak. La narrativa transmedia es un lenguaje que surge naturalmente en la sociedad, y cada día adquiere más fuerza entre los ciudadanos productores de información.

Finalmente, podemos decir, con base en el presente estudio, que las informaciones han dejado de ser una propiedad intelectual de los periodistas, para pasar a ser de quien efectivamente debería ser: de los ciudadanos, que son quienes las experimentan, quienes conviven con ellas y, además, tienen interés real en verlas circulando entre sus pares ciudadanos. Los periodistas tradicionales, entonces, están empezando a aprender cada día a convivir con sus fuentes de otra manera: antes, los ciudadanos servían como fuente de información para que los profesionales de la noticia construyesen la historia a partir de sus miradas y sus criterios. Ahora la sociedad sirve de fuente, pero al mismo tiempo ofrece a sus comunidades otras narrativas propias, efectivamente ciudadanas.

## Referencias

- Alvarado, E. (1992). *Memorias II taller de radio comunitaria de la Costa Atlántica*. Bogotá: CINEP.
- Álvarez, M. (2008). El desafío de las radios comunitarias. *Anagramas*, 6(12), 61-77.
- Bakhtin, M. (1986). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo, Editora Hucitec.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. São Paulo: Jorge Zahar editora.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Ciespal. (1974). *Periodismo de comunidad*. Quito: Ciespal.
- CINEP. (1998). *Matices audiovisuales del blanco, el gris y el negro a las pantallas multicolores*. Bogotá: Ministerio Comunicaciones –CINEP– Fundación Hablascribe.
- Colombia, Comisión Nacional de Televisión (CNTV). Acuerdo 009 de 2006. Por el cual se reglamenta el servicio de televisión comunitaria cerrada sin ánimo de lucro. Bogotá: Diario Oficial (27 oct., 2006).
- Colombia, Congreso de la República. Ley 182 de 1995. Por la cual se reglamente el servicio de televisión. Bogotá: Diario Oficial (20 ene., 1995).
- Colombia, Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) (2011). *Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora*. Recupe-

- rado de <http://www.mintic.gov.co/index.php/documentos-comentar/607-20111117ptnrs>.
- Colombia, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) (2010). *Radiodifusión sonora. Proyecto de fortalecimiento emisoras indígenas 2008-2010*. Recuperado de <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/faces/index.jsp?id=10801>
- Colombia. Ministerio de Cultura. (2012). MinCultura otorga \$50 millones a nueve radios comunitarias en siete departamentos. Recuperado de <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=45913>.
- COMUTV. (2007). *Comutv*. Recuperado de <http://www.comutv.org/php/contenido.php?clave=Quienes&ciudad=1>.
- Cortina, A. (2008). Ética de los medios y construcción de ciudadanía. En OCLAC, UTPL (Ed.), *Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias* (p p. 15-32). Loja: OCLAC, UTPL.
- Crawford, L. & Flóres, P. (2002). Dinámicas socioculturales de las televisiones comunitarias en Colombia. *Investigación y desarrollo*, 10(2), 188-207.
- Deleuze, G. (1986). *Imagen-movimiento*. Barcelona: Paidós.
- Espiritusanto, O & Gonzalo Rodríguez, P. (2011). *Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación*. Barcelona: Planeta.
- Gillmor, D. (2005). *Nós os media*. Lisboa: Editorial Presença.
- Hoeberichts, A. & López, M. (2000). *Comunicación y radio para el desarrollo local*. Quito: Abya-Yala.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe.
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: from Muppet Babies to teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.
- Martín-Barbero, J. (2008). Los medios, constructores de la ciudadanía. En OCLAC, UTPL, (Ed.), *Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias* (p p. 33-37). Loja: OCLAC, UTPL.
- Prada Penagos R. (2000). Periodismo y ciudadanía. *Interacción*, 25, s. p.
- Renó, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia: Reflexiones y estrategias de los medialabs en el desarrollo de la comunicación transmediática*. Madrid: Editora Universidad Complutense de Madrid.
- Traquina, N. (2001). *O estudo do jornalismo no século xx*. São Leopoldo: Unisinos.



BWERKLD  
TYUIOWPASEFG

# Atlántica

*de Comunicación*

## PERIODISMO TRANSMEDIA: MIRADAS MÚLTIPLES

DENIS RENÓ  
CAROLINA CAMPALANS  
SANDRA RUIZ  
VICENTE GOSCIOLA  
(EDS.)

"Este libro presenta una secuencia de capítulos contruidos para ofrecer al lector miradas centradas en campos distintos: la teoría y la aplicabilidad. Con ese objetivo, reúne textos de importantes investigadores en el campo, pertenecientes a nueve países de América y Europa, actantes en diversos campos del estudio de medios. Los autores presentan sus textos en uno de los tres idiomas propuestos por la publicación (español, portugués e inglés). De esa manera, la difusión de las discusiones podrá alcanzar a un mayor número de estudiosos."

Denis Renó  
Carolina Campalans  
Sandra Ruiz  
Vicente Gosciola

PERIODISMO TRANSMEDIA

3



EDITORIAL UOC



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

# Periodismo transmedia: miradas múltiples

Denis Renó  
Carolina Campalans  
Sandra Ruiz  
Vicente Gosciola  
*–Editores académicos–*

Director de la colección: Lluís Pastor

© Denis Renó, Carolina Campalans, Sandra Ruiz, Vicente Gosciola, Elizabeth Gonçalves, Marli dos Santos, Joao Canavilhas, Carlos Arcila, Mabel Calderón, Thom Gencarelli, Paul Levinson, Elias Said, Max Römer Pieretti, Jorge Valencia-Cobos, Luciana Renó, Jesús Flores, Jorge Hidalgo, Danghelly Zúñiga, Gabriela Coronel Salas, del texto

© de esta edición, 2014

Editorial UOC (Oberta UOC Publishing, SL)  
Gran Via de les Corts Catalanes, 872, 3a planta  
08018 Barcelona  
<http://www.editorialuoc.com>

Universidad del Rosario  
Carrera 7 No. 12B-41, of. 501  
Tel: 2970200 Ext. 7724  
Barranquilla (Colombia)  
<http://editorial.urosario.edu.co>

Corrección de estilo: Rodrigo Díaz Losada  
Diagramación: Precolombi EU-David Reyes

Diseño de la cubierta: Natalia Serrano  
Impresión:

ISBN Editorial UOC: 978-84-9064-237-5

ISBN Editorial Universidad del Rosario: 978-958-738-388-1

Depósito legal: B 18143-2014

*Ninguna parte de esta publicación, incluyendo el diseño general y el de la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ningún modo ni a través de ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación, de fotocopia o por otros métodos sin la previa autorización por escrito de los titulares del copyright.*

# Contenido

Introducción .....	ix
<i>Denis Renó, Carolina Campalans, Sandra Ruiz, Vicente Gosciola</i>	

## DEFINICIONES

Transmedia Journalism and the New Media Ecology: Possible Languages.....	3
<i>Denis Renó</i>	
O jornalismo como narrativa transmídia: reflexões possíveis.....	21
<i>Elizabeth Gonçalves Moraes y Marli dos Santos</i>	
Géneros de narrativa transmedia y periodismo .....	35
<i>Carolina Campalans y Vicente Gosciola</i>	
Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema mediático .....	53
<i>Joao Canavilhas</i>	
Investigación transmediática y periodismo .....	69
<i>Carlos Arcila y Mabel Calderón</i>	
Transmedia Storytelling and the Possible Futures for Popular Cultural Entertainment .....	75
<i>Thom Gencarelli</i>	

# Transmedia Journalism and the New Media Ecology: Possible Languages\*

Denis Renó

## Introduction

The media world is constantly changing for a variety of reasons including the emergence of hyper spaces, which have changed the way content is produced, the reasons for which it is produced and the audience for whom it is produced. It is therefore out of market necessity that new studies have examined this new phenomenon.

So, the digitally expanded expands to the editorial offices. However, a question remains: What are the production processes of journalistic content for the digitally expanded? And, linked to it, comes another important question: Are editorial offices prepared to trial or take on these new production processes? What I notice is a defensive distance, although the scenario has been changing in editorial offices since the advent of new media. There are some professionals with a more realistic outlook, and this group has been increasing in size, but the ideal would be growth and development closer in and around editorial offices, as has been the case, restricting academia.

Now, we have the TV on the internet, through websites drawn from social media network concepts, like Youtube and Vimeo. It is the moment of “new new media” (Levinson 2012) where the citizen has his space on the media world. At the same time, we have smartphones with computers inside them. Finally, we can receive television through mobile devices. We now have everything combined in one piece of tiny, portable and constantly connected equipment: the cell phone.

---

\* The first version of this article was presented in the Thirteenth Annual Convention of the Media Ecology Association (New York, June 2012). The current version presents new information and conclusions about this research.



This research, classified as an applied study, introduces a format for production of transmedia journalism by cell phones and its circulation by blogosphere and social media. With this aim, it was adopted as methodologic procedures the quantitative investigation, but with a qualitative interpretation of the results. With the results achieved, it is possible to plan and produce news reports for the new media ecology, where the citizen is “*produssumidor*”, according to Decio Pignatari (1968 apud Renó; Flores, 2012) or prosumer (Toffler, 1985) and the information content is interactive.

## Definitions

For the development of the research it was important establishing definitions about fundamental concepts and in this research I define hypertext as a non-linear reading environment which offers its users the possibility of creating their own architecture of mind. Aarshet (2005: 85) defines the hypertext as a “tool for the mind”, which takes the desired form to their cognitive options. The same occurs in hypermedia, a hypertext environment which combines diverse media (photos, videos, audios, animations, infographic, etc.), alongside the text, allowing the user/recipient of the information to choose his or her own narrative path. Both hypertext and hypermedia are interactive processes because they provide the user with a choice of paths to get the information in the way which best suits them. These are liquid, fluid, participative and independent environments (Bauman, 2001).

Another characteristic of hyper environments is hypermedia. About this, as with inter-related texts, there are many links to other kinds of content. There are a lot of important discussions started by George Landow (2009: 25), in the book *Hipertexto 2.0/hypertext 2.0* (in its new Spanish edition *Hipertexto 3.0/Hypertext 3.0*), which propose that “simply, the expression hypermedia describes the idea of hypertextual text when it concludes the visual and sound information, as well as animation and other forms of information”. But the author, in the same book, decides not to make a distinction between hypertext and hypermedia because he believes they are part of a single group, which provides the user with an advanced activity in the reading-participation processes.

Considered as the popular structure of communication, the hypermedia reaches its apex where different forms of media converge, which was a further possibility of interacting and defining the labyrinthine ways of reading.

The citizen prosumer increasingly seeks out platforms with a possibility of reading multi-language content, whether it be television, cinema, literature or internet.

Hence, television communication has seen a growth in its intertextual contents as a way of expanding the available languages in the “magic box” and compensates for the lack of navigability on the platform. The receiver/user navigates through the cognitive process, not through the fragments presented by the media. At the same time, Landow (2009) defines that inside the spaces where multimediality is in, the readers are active, or they are reader-writers. The same definition is presented by Denis Renó (2011).

Hypermedia environments adopt, intensively, the concept of intertextuality defended by Bakhtin and Kristeva, in uncountable works. According to Bakhtin (1986), intertextuality is the dialogue between countless texts. Writing about intertextuality, George Landow (2009, p. 467), points that it is reciprocal and referential in a text or metatext conceived as a work. However, the author points out that it was used for the first time by Tzvetan Todorov, in 1969. Therefore, it is correct to consider that Bakhtin and Landow talk about the same thing, but of course in historically, sociologically and technologically different times.

Among the specific languages used in the discussion of social networks and the blogosphere, post-hypertextuality and transmediation stand out. When considering these terms, it is important to highlight the Transmedia technology emergence, initially proposed by Stuart Saunders Smith, in 1975, originally for the term trans-media music, which exhibited a miscellany of distinguished melodies in a unique work. Although it is not the objective of this study (to justify or criticize the creation of a new term), I believe we must consider the new names given to digital media a thought.

I notice that journalists need to prepare themselves for the new scenario of informative communication, including the present-day. It is necessary, apart from the knowledge presented by the author, to know how to produce contents which possess a transmedia structure, in order to enable the contemporary society to surf through modern intertextual information. It is not logical to repeat the same form from other media for multimedia, especially with a transmedia narrative. Even though its meaning seems obscure, transmedia is a contemporary and social language constructed by several contents through different media with independent meanings, but collectively offering a new meaning. Participation is also very important for social media and mobile devices (Renó, 2011).

If we get the answers, we can be start to produce contents. Failing to find the answers, however, would be some cause for concern, as in a short period of time we will no longer know how to produce contents for this media. What it is known for

certain, is that society day-by-day is immersed in the new new media (Levinson, 2012) and the processes must change in line with changes in society.

Uncountable studies need development, starting with a review of communication theories, valid for the old media, but questionable when it relates to the digital ones. Moreover, it is necessary to change languages, because now the contents have changed, through different media and for are for a different public, which has been achieving the co-author and participant status. The media-beings, as noted by Dan Gillmor (2005), produce their own news, they are no longer sources for journalists, now they are sources for the society from its virtual spaces, whether for blogosphere, social networks or Twitter. Citizens that make the information circulate by its own strength, words and languages. It does not appeal to journalists give to it a thought, but it is a new way of making the factual, and the journalist got the chance of making reports, deepen the theme, using more techniques and time to make what they can do best: tell stories.

## **Transmedia Journalism**

Investigations each have their own stated aims. Some of them present views about a theme, while others present analysis of something that happened or something that is still happening, such as in humanities. However, frequently, researches in these fields present proposals resulting from theoretical-practical studies, in other words, resulting from an experiment, as in other knowledge field, such as Biological and Health Science, for example, or Mathematics.

Transmedia Journalism is a form of journalistic language that includes, at the same time, different media, with several languages and narratives from several media and for several users. So audiovisual, mobile communication and interactivity resources are adopted in the dissemination of the content, including from the blogosphere and social networks, which increases significantly the circulation of the content. In addition, mobile is an essential tool to guarantee mobility and immediacy of the process of storytelling construction, although it is necessary to produce a transmediatic script.

The difference between Transmedia Journalism and other forms of journalist narratives is that the transmedia storytelling can take advantage of the present communicational possibilities in post-modern society, where mobility and liquidity structure, in other words, interactivity, assume important roles in the communication field, such as engaging and attracting the receiver to the participatory interpre-

tation of the message. This is one of the points necessary to observe a transmedia structure: the expansion of the storytelling from the interactivity.

When beginning a discussion about Transmedia Journalism, it is necessary to define the basic concepts and characteristics of digital space, which is the environment proposed by this study. Although these definitions are wide and they are not effectively directed to transmediation, many of them are key to transmedia storytelling. Apart from that, we need to change the way of looking at journalistic paradigms in relation to technology, especially from mobile devices. According to McLuhan, media is the message, and now mobile media has changed, not only the journalistic message, but also society. This happens because of the technological evolution of the area, as well as the development or the used language.

Journalists started seeking news on the streets again, as they did in the early days of the profession. Now, it is simpler to do their jobs out there because it is possible to publish the information from the place they are. However, changes also need to reach the language field: The cell phone is not merely a new medium for digital content.

Today, it is necessary to develop a new form of language to build on what journalists already know how to do. This happened with the invention of the printing press, when Gutenberg developed a technology of mass production of texts on papers. Later, it happened with the arrival of photograph, the radio, the television, the internet and now we coexist with the challenge of creating a language adapted to mobile devices.

One of the challenges we face is understanding where Digital Journalism stands today. Without a doubt this question is most intriguing in the case of journalism on mobile devices, not only because of technological issues, but also, and more specifically because of the convergent characteristics of the devices. On a smartphone, for example, we find all the other medias combined. Worse (or better): they relate to each other countless times, through path linkages and directions. In addition, this device surfs the internet with considerable quality, nowadays, it has been adopted as micro portable computer, using just one click, or touch, with touch screen. This is the development of McLuhan (2005) concept, for which the technological media were an extension of our body. Yes, now we have the technological devices, literally, in our hands, fingers. We touch everything we want, and we do not need to create an icon to compensate the lack of access to real things. Although the touch screen system has been conceptually designed by Jason Ford

(Elo TouchSystems), McLuhan did not think about it when he had the idea. Nor do we think that we had to change the communicational language for this.

I assume that Journalism is a speech even though the journalist is a story teller. Journalism itself involves its own narrative, informative intertextuality, distinct temporality and of course, content hierarchy. According to Roman Jakobson (2003, p. 18) “the main instrument of informative communication is language”.

The language of journalistic news is the essence of this genre, as well as its contents. But in the transmedia environment, it has become necessary to look for a language to suit this journalistic model. A form that allows navigability through intertextual environments. A construction which proposes interactivity through its content and evaluation of the text. A form of production which might be developed for cell phones and/or types of mobile devices, such as tablets connected to the internet.

Language can also be defined as task compositions which have as an objective “[...] end distances, creating a spatial continuity, find and establishing a common language through waves” (Jakobson 2003, p. 22). On the other hand, an algorithm is a sequence of defined tasks with a particular purpose. In other words, a production process of news is formed by algorithms, although they are not computerized.

The algorithm is a language tool for interactive environments, according to Lev Manovich (2005, p. 288). Manovich, who uses videogames as example, says that “Even if video games do not follow logic-based data, they seem to obey another logical algorithm”. He also declares that “narratives, including video games, correspond with the algorithm” (Manovich 2007, p. 292). The flowchart model algorithm works as script for the message, allowing the author to make a study about structure interactivity. Among the options in the flowchart is the round that offers a visualization of the whole content (Renó, 2011) and the connection between fragments.

Denis Renó (2011) defends the necessity of producing script, then, later, producing the content. So, it is possible to optimize the production, time and achieve a better narrative construction, including Transmedia. But, actually, according to Jenkins, (2009, p. 44), the transmedia construction occurs inside citizens brains, naturally, through an intellectual evolution in society.

Actually, our brain is transmedia. Our dreams are transmedia. Projects are transmedia. Even this paper is transmedia, if we picture its elaboration process. Testing out a proposal before justifying it, for me, is a very important factor in this investigation model, because only applying the theory in practice we cannot be sure

about the proposed ideas. Moreover, thoroughly theoretical studies are criticized, frequently, by the professional community, in the field of journalism, and they are justified only when the object already exists, whether through mediatic analysis or something related to it.

Producing transmedia content for social media and the blogosphere requires more from authors. It is not produced like before. There is a distinct necessity for projecting and planning the distinct paths and contents to be produced. It is necessary to produce multimedia scripts, defined by George Landow (2009) as hypermediatic messages.

In order to develop transmediatic news, I defined an algorithm model for the digital journalist from concepts of a round flowchart (Renó 2011) and ideas about the algorithm proposed by Manovich (2005; 2007). The model must be done carefully, in a complete and quick way, at the moment that what the journalist is going to talk about is defined.

A blog was created to further develop this study, where the transmedia journalistic content produced during a year was published. The blog has served as a warehouse environment and for news circulation, besides enabling the experiment. So, the blog was defined, randomly and conveniently, as the platform, from a simple layout, with no interface studies (studying the ideal interface for transmediatics communicational processes is not the objective of this study), with light colors and Arial as its source, and some visual information (only where necessary).

The next step to develop this research was the production of journalistic contents from a definition of text parameters: informative and/or interpretative. Moreover, the use of text, photographs and videos were defined as content for the construction of transmedia storytelling. Therefore, it was necessary to find the best mobile device to produce it, in other words, the most complete and simple, operationally speaking, for this journalist task.

After some consideration the iPhone, 3GS model, was adopted as the official device, the most advanced device available at the time of the investigation. When the iPhone 4 came out, the experiment was being concluded, however some productions were developed using this device, although this did not offer new possibilities for this purpose. Contents were also developed using phones with Symbian as its operational system, as well as phones on the Android platform, which make their limitations clear for this type of activity.

The models with the Symbian operational system are limited in the production of audiovisual content because they do not have apps to edit videos. Two models

were used for this experimental activity: N97 and Navigator. Its system does not permit the users to send photos or videos during their text publication the Blogger platform, limiting the work to the text, which turns the environment into a simple narrative. Moreover, the text layout was a bit unusual and the difficulties of writing a text from its keyboard are a limiting factor. However, they are low cost devices and can take photos and video of excellent quality, even better than the iPhone. The alternative for journalists who want to work with these devices is adopting a portable computer with 3G connection as a support.

It is essential that the production of text can be developed from a simple operational method, because journalists can waste their time to find how to write quickly. Their job must absorb time during the content's creation and in the manipulation of audiovisual and photographic contents.

The model which adopts Android as its operational system (Galaxy S) also presented limitations, specifically about its impossibility of editing videos from the actual device. Moreover, the video quality is inferior in comparison to the others devices. However, from this operational system is possible to publish contents with quality and simplicity better than the Symbian, although it is still inferior to the iPhone. Its interface is closer to the cognitive necessity of a good interface for this type of job. About its commercial parameters, its price is equivalent to an iPhone, but it possesses less available apps and it does not offer video editing apps and the Adobe Photoshop Express, essentials to produce photographs. At least, publishing from this device is not so good, although it is better than Symbian platform devices.

From the choice of the device for the experiment (iPhone 3GS) and the search for apps with simple operation, a process of news production was initialized and some obstacles came up. The first difficulty was typing. The iPhone keyboard (small dimension) presented as an obstacle in the beginning, which was overcome later in the process. Moreover, following the touch screen technological concept, the device has become a body extension (McLuhan 2005), with the text flowing naturally. But it was not always simple. The first texts were used to find ways to use the device and its apps during an interview with an ex-student of Journalism about the labor market.

The publication of photos was the next obstacle because the access panel did not let it happen (Blogger created a version of access panel for iPhone in the second semester of 2011). However, I found an app that offered not only photo and video publication services from its interface, but also video and photo publication

directly in the text, “live”. In addition, the app does the job of putting the news on the internet through social networks automatically. So, it is necessary to sign the social network of interesting (Facebook, Google+, Twitter, Badoo, etc) and publish the text. The app cost is below to \$ 1,99 (USD).

The content production from the mobile was quite simple. Producing texts from the device, editing video from the Reel Director app and taking photos from Adobe Photoshop Express are tasks clearly possible for all journalists. The editing app, for example, presents the same cognitive concepts of professional editing software, as timeline and an ordination form of simple fragment from a slide method and organization by order of exhibition. Besides, the possibility of doing all the process in place the news occurred is something considerably advantageous. Throughout the research, I noticed it and that is what makes the difference in informative terms.

Digital journalists do not have time and they cannot waste time doing their jobs on their desks, while other news is occurring and the information discovered starts circulating in social networks from other sources. Their jobs have to be produced on the streets, the place where the news happens. Although news is produced in a longer process of absorption by the journalist, it must also be done from mobile environments to guarantee a greater and better immersion of the journalist in the process and in the reported environment.

But the purpose of this research is not to build a tutorial in how to use the Reel Director app. The idea is to present the languages that we should adopt for the job, and for this reason I won't discuss the device anymore, which is, by the way, quite cognitive and is simple to use.

For the language, the script of news digitally expanded is essential. News should not start to produce itself without elaboration, and in transmedia news this is most important, in other words, the construction of content must be developed from a transmedia script, which is programmed so that all the linked fragments relate cognitively to each other and, at the same time, does not assume the role of cross-media content, in other words, the same content in distinct platforms. The content must be complementary, not repetitive. So, a model of specific flowchart for transmedia news was adopted. Although it is not necessary to offer the five indicated fragments in the model (we can offer more, by the way), it is important to provide as much different text as possible.

The script development is, undoubtedly, essential for good production of a transmedia storytelling, especially for news journalism.



In the flowchart presented, in this special case, five content fragments are provided, different from the ways adopted but related in the content's theme. A base text is presented to the users for a first reading, but they can start their own informative process from any fragment. In each of them, there is a possibility to go back to the previous reading. Preferentially, the base text is written, with an abstract and a contextualization of theme for the reader, which must have condition to read the whole text.

In fragment 01 a video is presented, which completes what was shown on the base text, but not on the same theme. It is important to consider that they are different contents, but interrelated, so, there will be a transmedia process.

The fragment 02 presents photographs related to the theme, but they cannot provide contents already presented in the text, nor in the video. The users can look at the photos and obtain isolated information from other fragments and they can go back and take a look in the other fragments without obstacles or cognitive repetition.

Infographics and caricature about the theme is provided in the fragment 03, in other words, support information or something related to a thought about the theme from the caricature. Moreover, that is a playful moment for the user, who can pass through new complementary information or laugh because of the drawing.

The fragment 04 provides a sound complement to the news, but it can also present another video, photos or a text that contextualize the theme relating to it something that occurred in another time or a script about the subjects discussed in the theme.

It is important to consider that we don't need to do the five fragments. We can do less if there is good content for everything, or we can do more fragments when these 5 are not enough. Picture a political or religious attack. We could have as fragments a base text, where event is reported. We could have a fragment 01, with photos of people running away from the scene, or firemen arriving to help injured people could be used (I do not believe that it is in the public interest to use images of injured people and it serves no journalistic purpose). In fragment 2, we present photographs around the attacked place. In fragment 3, an audio interview with officers about the possible charges. Finally, in the fourth fragment, we present a retrospective text with the risks of attacks in the country. The reader can navigate through all fragments without cognitive obstacles.

In the experiment, one of the most important experiences was the circulation of information, a production characteristic of transmedia news. From user

networks it is possible to have a greater effective range of the information making more people read the content and, besides it, they can comment on the theme. The use of social networks and the rhizomatic structure of information seem to be essential to this form of journalistic language. However, the journalists, when they produce news or define a theme, should consider the interest of their network, inviting it to read.

Among the social network environments used, the most effective was Facebook, but Twitter also presented interesting results. Google+ have not shown a good result, probably, because it did not have a large number of users at the time of the research. As far as participation in social networks goes, the only problem was some comments about text. Those only appeared on Facebook, which limited the participation and repercussion of them, becoming only available for those who are part of my contact network, while in the blog it would be possible to debate, because everyone that access it can read the whole discussion.

Besides social networks as circulation of content, it was noticed that mobility is, effectively, an important point in content's production. Agility when developing journalistic content from a cell phone, for example, is valuable in the publication of information. During the experiment, a highlighted situation was a flight between Madrid and Santiago de Compostela (Spain). On that occasion, November 2010, Spain was caught by strong winds, which caused the closing of the Barajas airport in Madrid and the airport of Santiago de Compostela, in Galicia. After the airports were reopened, I recorded a video, a took some pictures of the aircraft, including a strong turbulence, as well as the gray Spanish sky for the whole journey between the airports. Both productions, video and photo processing, were produced by a cell phone during the flight and sent on my arrival at the airport of Santiago de Compostela via a wireless internet connection. Also in Santiago de Compostela, two other texts were produced: one down the street and the other during a conference, both from a cell phone and published in the blog when a wireless internet was found in a cafeteria in the historical center of the city. The device proved to be easy to operate and, moreover, being small is quite discreet in the production of content.

The same occurred during another flight, this time between the Brazilian cities of Belo Horizonte and Ribeirão Preto (Brazil). The bad weather was not enough to prevent the operation of both airports, Ribeirão Preto and Belo Horizonte, which had faced problems weather problems a few months earlier (events were also recorded for the experiment, but on land, at the airport). This publication was

possible because of the mobility of production and publication of contents, inside the aircraft and before the departure.

Another publication that was possible because of this mobility was done on Thursday, 2011/03/03, two days before carnival in Brazil. The published text registered an intense movement of travelers going to Ouro Preto (Brazil), and the surrounding areas. This Brazilian city, from Minas Gerais state, is recognized as a UNESCO World Heritage Site and it has a carnival known worldwide. Images and videos and photos were taken to cover the event, as well as their processing, that was totally made from the iPhone 3GS. The text was entirely written in Belo Horizonte bus station, Minas Gerais, where the photos and videos were taken and edited before being finally posted on the blog. Almost two minutes after the post, the news had comments on Facebook and Twitter made by people in my social network.

On participation, it is important to note that the experiment has only directly contributions made from the blog readers. On the other hand, as the news was published simultaneously with links to the text on Facebook, Twitter and Google+, the first two registered significant numbers of contributions. During this research, 43 publications were made on the blog, and 61 contributions were made on Twitter and 94 on Facebook.

Among the contributions made for the blog, a highlight was a publication about the creation of cycle-lane on Sundays. The comment, made by an unknown contributor, who is not part of my social network, sent an email asking more information about the theme because he would like to know if the city will continue the project. Besides that, the blog has served to start a strong discussion in the city, by the media, about the necessity of maintaining the project and its value for the citizens. Feedback was sent to the user, who, in reply, said that the content provides an interesting language of text, photo and video. It is important to notice that everything was produced while I was driving and the text was published right after.

This is evidence that the environment is viable for journalism and that circulation is wide on the social networks because that is the way he probably discovered the publication, through another network, which he participates in. In addition, some comments revealed personal links of friendship and interest in the theme, as Castells (1999) justifies the construction of social networks. An example of that is the new *História e modernidade se misturam em Ouro Preto*/ History and modernity mingle in Ouro Preto, based on which I produced an interpretative report about the mixture between history and punk culture in the city. In the text, the Brazilian

journalist Jefferson Barcellos, who studies punk culture in Brazil, commented with personal language.

The circulation was possible because of the network system present nowadays, on the internet. Networks are created according to the will of the users involved, who develop their digital contents using new technologies, which now enable their direct participation in the production process.

Still on the dissemination of the news through social networks, the news *Ouro Preto: cidade das igrejas/Ouro Preto: city of the churches* was retweeted by @dminasturismo Twitter for its 1.277 followers. The curious about it is that I did not know this tourism agency and they did not follow me on Twitter. Because of their retweet, other persons started following me on Twitter and started commenting on others publications.

Besides the circulation of content from social networks and the advantages of mobility, the ease of operating the cell phone became highlighted in the research. I noticed that simple, direct and intuitive handling is essential for this work. Thus, tools are made available to any journalist who wants to produce alternative contents about local events quickly. What McLuhan (2005) proposes and suggests and Steve Jobs realized, and most importantly, overcame, is the idea of media as extension of our body, proved by the simple use of the iPhone 3GS. With a touch screen system and an almost-invisible semi-cognitive interface, as Carlos Scolari (2004) proposes, the journalistic work was a natural, liquid experience (Bauman 2001) in a solid world.

Although the relationship between journalism and cell phones seems a simple and limited simplistic impression of interface transparency, what occurs is that the task systems proposed by iPhone 3GS interface have cognitive links to the same tasks in traditional environments. The keyboard, for example, even though digital, follows the same shape of a physical, material keyboard. The same occurs in image processing and video recording and editing. What happens in apps is exactly the same as happens in professional softwares, respecting the procedures, according to Scolari's proposal. Beside the interface, the agility offered by the typing process is also good, from a habit gained with the job, although it has a keyboard and screen too small for my hands.

Doing the publishing work, it was necessary to rely on the 3G internet on the phone, because waiting for places with wireless system would not be professional. The dependence on the internet was present in publications made in Bogotá (Colombia), Madrid and Santiago de Compostela (two cities of Spain) because of the

reason that I did not have system with local phone companies. But in publications made in Brazil, the 3G technology was not a problem, since the available connection, nowadays, in Brazil, is compatible with the needs of this type of operation, even in cities where 3G coverage is not offered, as Ouro Preto and Mariana, two cities of Minas Gerais (Brazil) where I had done lots of publications.

Carrying the results of the period of the experiment, provided by the publication and circulation of 43 news of journalistic contents, most of them strongly supported by the concept of fact, I noticed the viability of producing news with uncountable medicative supports (text, photo and video) from a single cell phone and for the publication in a space in the blogosphere. I also noticed that is viable and from a simple operation, this production, which turns it into an interesting possibility, because mobility is something necessary for journalists nowadays, especially for those who work in digital media. Finally, I realized that social networks are able to spread information published by journalists quickly, creating, therefore, a mediatic audience of interesting levels of achievement and expression. All combined with the capacity of digital expansion of the contents, making it an essential aspect of the liquid society.

But, beyond the production and circulation systems, the research still had a challenge: How journalistic videos sent to the blog should be produced and edited? It is necessary, in both fields, technological and esthetical, to define an ideal pattern, and the audiovisual is the most powerful communicational text because it is closer to reality. (Renó, 2011). So, recorded and edited formats in the iPhone 3GS were tested.

The production of content from cellphones needs an audiovisual esthetic's review. There is a conjoint of possibilities of processing the image in movement, and, for this, new software designated to the activity. Through these apps is possible to produce all the content from the device, as through available resources, as through the advantages of producing with motilities.

A necessary question is about the size of the video. The ideal is to record an audiovisual content of no more than 30 seconds (note) and 4 minutes (great story), we do not know where it will be displayed, and the available connection. If the idea is for it to be viewed on cell phones is important to follow this format. In fact, the audiovisual product now faces different faces a different reality from the one it faced before cell phones. However changes are aesthetic in cinema history, since its inception, and it has always changed with the arrival of new equipment, offering new ways and places for viewing.

From these parameters, I believe it is possible for a journalist to produce trans-media content for digital spaces, including for mobile devices. It is important to remember that the existing applications for the iPhone are also available for iPad, and version 2 comes with cameras that can be adapted for the production of audiovisual content and/or photos for the texts. The only bad thing is that it cannot be used as a 100% portable device, it does not go unnoticed in public because of its size. Making a transmedia story is a real exercise for the mind, and entails language design work, not only the construction of informative content. It is an art. It's a constant challenge, but one that can be overcome.

## Conclusions

The study of journalism is necessary because although there are well-established techniques and theories, the subject is constantly changing, it is a product of social development, and related to this, there are technological exchanges and language. Research into Transmedia Journalism is even more important, because although the field of transmediation has been contemplated for some time by scholars, the field of journalism has been seemingly unconcerned, despite the need to define how to produce content for an increasingly trans industry, that is increasingly supported by a language and multimedia. With these changes, journalism must begin to speak the language of postmodernism, or face losing its institutional strength.

At the same time, understanding how to create a transmedia story is a step forward in the study because it is a story of the richest genres of Journalism, which results in a study at an advanced level of journalistic practice. Through learning about transmedia language production methods of journalistic we produce closer to simple journalism supported by this language, which justifies the choice of this genre.

The global village, proposed by McLuhan & Powers (1991), has changed. Now we live in a glocal village, where the global life with the local, all the time. A village where the heads may be indigenous peoples themselves. A village where the word has passed from their sources of information. A large village formed by millions and millions of small villages that share interests and knowledge. A web of groups, interrelated and interconnected by channels of social networks and attentive to the information of their members. A new era of communication, where dinosaurs that not accept the change will die, and only the dinosaurs who update their language, ways and means will survive in a society where the word, as well as knowledge, culture, art, technology and power is now shared P2P.

I understand that it is necessary to develop this practice, which is still in its infancy. The production of reports by transmedia networks is something innovative, but still in its infancy. It is necessary to learn and practice the proposed language in the media for which it has an evolutionary process in accordance with the possibility of these media and to their technological infrastructure and public. In addition, certainly, the process will evolve in accordance with the new narratives and technologies, and the changing requirements of society as it goes through the process of socio-communicational evolution.

This is not a conclusive work. The idea is to understand what is happening with the information society, especially about the modern social language. The changes that journalism will go through based on an increasingly participatory, expanded and circulative inter-user narrative, are as certain as the changes that the world media is already undergoing. For this reason, my proposal is for other scholars to continue studying the theme, the communication phenomena which we, journalists and/or citizens will surely go through.

## Bibliography

- Aarshet, A. (1997). *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. The Johns Hopkins Baltimore: University Press.
- Bakhtin, M. (1997). *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. São Paulo: Jorge Zahar Editores.
- Gillmor, D. (2005). *Nós os media*. Lisboa: Presença.
- Jakobson, R. (2003). *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe.
- Landow, G. (2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Levinson, P. (2012). *New new media*. Boston: Pearson Higher Education.
- Manovich, L. (2007). 'El cine, el arte del index'. in LA FERLA, J. (ed.). *El medio es el diseño del audiovisual*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas. pp. 481-494.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós comunicación.
- McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*., São Paulo: Cultrix.
- McLuhan, M.; Powers, B.R. (1991). *La Aldea Global*. Guanajuato: Gedisa Mexicana.
- Renó, D.; Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia*. Madrid: Fragua.

- Renó, D. (2011). *Cinema interactivo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Tenerife: Editorial ULL.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. Nova Iorque/Toronto: Bantam Books.





# Hacia una Comunicación Transmedia

Fernando Irigaray  
Anahi Lovato  
(Eds.)

6° Foro Internacional de Periodismo Digital  
1° Encuentro de Narrativas Transmedia



**Irigaray, Fernando**

Hacia la comunicación transmedia / Fernando Irigaray y Anahí Lovato ; edición literaria a cargo de Fernando Irigaray y Anahí Lovato. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2014.

E-Book.

ISBN 978-987-702-091-5

1. Medios de Comunicación. I. Lovato, Anahí II. Irigaray, Fernando, ed. lit. III. Lovato, Anahí, ed. lit. IV. Título

CDD 302.23 - Fecha de catalogación: 21/10/2014

**Ver la versión enriquecida con videos en:**

<http://www.widbook.com/ebook/hacia-una-comunicacion-transmedia>

Queda hecho el depósito que marca la Ley 11.723.  
Marca y características gráficas registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de La Nación

**>: Dirección de Comunicación Multimedial.**

Secretaría de Comunicación y Medios.  
Universidad Nacional de Rosario.  
- [www.unr.edu.ar](http://www.unr.edu.ar)  
- [multimedial@unr.edu.ar](mailto:multimedial@unr.edu.ar)  
- @UNRosario

**>: Maestría / Especialización en Comunicación Digital Interactiva.**

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales.  
Universidad Nacional de Rosario.  
- [www.unrinteractiva.com.ar](http://www.unrinteractiva.com.ar)  
- [cdiunr@gmail.com](mailto:cdiunr@gmail.com); [cdi@fcpolit.unr.edu.ar](mailto:cdi@fcpolit.unr.edu.ar)  
- @cdiunr

**>: Programa Género y Universidad.**

Instituto de Estudios Universitarios UNR2020  
Universidad Nacional de Rosario  
- [www.ieuniversitarios.unr.edu.ar](http://www.ieuniversitarios.unr.edu.ar)  
- [ieuniversitarios@gmail.com](mailto:ieuniversitarios@gmail.com); [ieuniversitarios@unr.edu.ar](mailto:ieuniversitarios@unr.edu.ar)

**>: Foro Internacional de Periodismo Digital**

- [www.fpdrosario.com.ar](http://www.fpdrosario.com.ar)  
- [webperiodismo@gmail.com](mailto:webperiodismo@gmail.com)

>: Diseño y diagramación: Joaquín Paronzini

>: Corrección: Marcelo Colman

>: Edición de videos versión enriquecida: Gisela Moreno y Ariadna Jauregui

Licencia:  **creativecommons**

>: Atribución-No Comercial-Sin Obras Derivadas 2.5 Argentina

>: Usted es libre de:

- copiar, distribuir, exhibir, y ejecutar la obra

Bajo las siguientes condiciones:

- Atribución. Usted debe atribuir la obra en la forma especificada por el autor o el licenciente.

- No Comercial. Usted no puede usar esta obra con fines comerciales.

- Sin Obras Derivadas. Usted no puede alterar, transformar o crear sobre esta obra.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

La totalidad de este libro se puede descargar desde este sitio *web*: <http://www.fpdrosario.com.ar>

Este espacio abierto y comunidad virtual permitirá la generación de contenidos y la interacción entre los interesados en el periodismo digital.

# Índice

<b>Redes, fuentes y calidad de la información</b>	
Por <i>Lila Luchessi</i> .....	009
<b>Los microrrelatos en Twitter</b>	
Una mutación híbrida en el enjambre digital	
Por <i>Sebastián Castro Rojas</i> .....	017
<b>Género, Mujeres y TICs</b>	
De los techos de vidrio a mayor participación y contenidos de, desde y para las mujeres	
Por <i>Patricia Peña</i> .....	033
<b>Imágenes, infografías y mapeos digitales</b>	
Conexión por la igualdad	
Por <i>Dafne Sabanes Plou</i> .....	041
<b>Documental Multimedia Interactivo</b>	
Una excusa para reinventar el periodismo digital	
Por <i>Anahí Lovato</i> .....	051
<b>Transmedia “Historytelling”</b>	
De Documentales Interactivos y Géneros Híbridos	
Por <i>Álvaro Liuzzi</i> .....	065
<b>Abrazos de agua</b>	
Una oportunidad para el “periodismo preventivo” + transmedia	
Por <i>Juan Mascardi</i> .....	087
<b>Las características de las narrativas transmedia</b>	
Naturalmente apropiadas a las necesidades comunicativas de las comunidades	
Por <i>Sandra Ruiz Moreno</i> .....	097
<b>Contenidos y nuevos hábitos de consumo en medios</b>	
Pensar sobre la Marcha	
Por <i>Damián Kirzner</i> .....	105

**La ciudad como plataforma narrativa**

El documental transmedia “Tras los pasos de El Hombre Bestia”

Por *Fernando Irigaray* .....113

**Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia**

Por *Denis Porto Renó* .....133

**10 preguntas a Carlos Scolari**

Entrevista a *Carlos Scolari*.....147

# Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia

---



Por Denis Porto Renó

Hacia una  
Comunicación  
Transmedia





## Denis Porto Renó

Postdoctorado sobre Interfaces interactivas en Periodismo Transmedia (2013), Universidad de Aveiro (Portugal) y Periodismo Transmedia (2011), Universidad Complutense de Madrid (España). Doctor en Comunicación Social (2010) y Magister en Comunicación Social (2006), Universidad Metodista de São Paulo (Brasil). Grado en Comunicación Social/Periodismo (2003), Universidad do Vale do Paraíba (Brasil)

Profesor Asistente Doctor en Departamento de Comunicación Social/Periodismo y Profesor Credenciado en Programa de Maestría en Television Digital, Universidad Estadual Paulista (UNESP-Brasil). Publicó infinidad de artículos y entres sus libros se destacan: “Discussões sobre a nova ecologia dos meios” (2013), “Documentário em novas telas” (2012), “Periodismo transmedia: Reflexiones y estratégias de los medialabs en el desarrollo de la comunicación” (2012), “Cinema documental interactivo e linguagens audiovisuais participativas: como produzir” (2011).



Ver video: <http://youtu.be/E2pzxi4A5sl>

# Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia

Por Denis Porto Renó

135

## 1.- Introducción

Así como ocurre actualmente con diversos contenidos comunicacionales, la producción audiovisual pasa por momentos de transición especialmente en el tema lenguaje desde el surgimiento de la narrativa transmedia, antes mismo de la consolidación del cine interactivo, que empezó su destaque con el advenimiento de la tecnología digital, a pesar de ser un “*hype* frustrado”, como defiende el teórico Peter Lunenfeld (2005).

Junto con los posibles intentos de desarrollo de contenidos audiovisuales interactivos, surgieron dispositivos táctiles (tabletas y *smartphones*) conectados a la *web*, por su parte en la versión 2.0, y con eso se ha desarrollado un nuevo lenguaje narrativo que traía una intensa carga interactiva y otras nuevas características, entre ellas la retroalimentación del contenido y la multiplataforma. Ese nuevo lenguaje denominado en 1975 por Stuart Saunders Smith como *transmedia concert* (RENÓ; FLORES, 2012) fue transferido desde la música al cine por Marsha Kinder (1991) bajo el nombre *intertextualidad transmedia* y, una década después, fue rebautizado y popularizada por Henry Jenkins (2001) como *transmedia storytelling*. Los estudios de Jenkins fueron intensos en el mundo de la ficción, especialmente audiovisual, pero hay una carencia de estudios sobre este modelo de lenguaje para obras del género documental.

Para atender a los nuevos modelos narrativos desarrollados por la sociedad, consolidados por las posibilidades tecnológicas y adoptados por los medios de comunicación es importante producir contenidos que atiendan a este formato de lenguaje. Ahora esto es el desafío enfrentado por el productor de documentales: juntar en un único *plot* narrativo, además de diversas posibilidades narrativas, innumerables historias reales, independientes entre sí, en plataformas distintas (geográficas o de lenguaje, como defiende Jenkins) y producidas también por y para dispositivos móviles. Estas características están presentes de manera intensa en contenidos de ficción y publicidades, pero son pocos los ejemplos de documentales sobre eso, aunque existan intentos académicos y de mercado para desarrollar algunos productos.

Este estudio presenta, a partir del análisis de obras documentales de carácter transmedia, ejemplos de modelos y formatos de producción para intentar entender mejor las posibilidades de este viejo género audiovisual frente a una nueva ecología mediática y, por supuesto, de lenguaje. Son presentados como modelos los documentales *Calles Perdidas*, *Morreu o Demo, acabouse a peseta*, *Galego-português* y *Tras los pasos de El Hombre Bestia*.

Este estudio pretende ofrecer informaciones para el desarrollo del documental en el mundo transmedia, haciendo que vuelva a ser, sino de vanguardia, al menos un género de destaque en la ecología de los medios con la cual convivimos de manera cada vez más intensa.

## 2.- Discusiones

Este estudio es justificado por el desarrollo de la narrativa transmedia en el campo del audiovisual, aunque con una casi ausencia en el mundo documental. Gran parte de las obras documentales que se autodenominan transmedia son en realidad interactivas (RENÓ, 2011; MANOVICH, 2005) o construidas a partir de estrategias *cross-media* o hipermedia (LANDOW, 2009; GOSCIOLA, 2003). Estas estrategias son muy parecidas a la narrativa transmedia, pero no son la misma cosa. En realidad, narrativa transmedia es más amplia y absorbe en su sistema de construcción esas dos estrategias como parte de su composición final. O sea, *cross-media* e hipermedia son partes de la narrativa transmedia, pero no son sinónimos, como destaca Jenkins (2001) sobre esa común confusión.

Los primeros pasos para la comprensión sobre lenguaje documental son direccionados a las propuestas del francés Roger Odin, quien se dedica a comprender el género sobre su lenguaje y su relación con el público. Para Odin (1984), la frontera entre el documental y la ficción es casi invisible, lo que proporciona la producción de obras documentales de excelente calidad cuando la misma se acerca de la ficción. Según Odin (1984), *“el público busca en el audiovisual un transporte a sus sueños, y no a la realidad”*. No es necesario ignorar la realidad del documental, como propone Bernardet (2003), pero podemos acercarnos a la frontera entre los dos géneros.

Otro teórico fundamental para empezar la discusión sobre el documental es el teórico brasileño Fernão Ramos, que sigue las ideas de Odin de una manera más crítica a los límites impuestos para el género. Por tanto, Ramos propone que dejemos esas normas en búsqueda de un documental más abierto. Y de manera intensa debate el tema en su obra *Mas afinal, o que é documentário?* (RAMOS, 2008). Tal pregunta ofrece una respuesta encontrada en Renó (2011) como un género que compone el arte, y no el periodismo. Los periodistas aprovechan ese formato de registro y construcción narrativa, lo que pone el documental dentro de las posibilidades de la información. Pero eso no define el documental como producto periodístico, sino artístico. Es decir, el documental viene cargado de posibilidades y libertades artísticas que fortalecen las respuestas a las preguntas de Fernão Ramos (2008).



Pero es fundamental insertar el tema y la discusión a las nuevas ecologías mediáticas y, por tanto, Paul Levinson (2012) presenta la idea de que hoy vivimos en una realidad apoyada en los “nuevos nuevos medios”, nombre de una de sus obras. Para él, todo es tan nuevo que la definición de nuevos medios no sirve más.

Por fin, son reconocidos como temas fundamentales los propuestos para el reconocimiento de la narrativa transmedia como lenguaje consolidado y real. Por tanto, son adoptadas obras de Vicente Gosciola (2012), Henry Jenkins (2001; 2009), Denis Renó y Jesús Flores (2012) y Carlos Scolari (2013), que presentan de maneras diversificadas el tema, incluso con importantes debates alrededor de la relación entre estrategia cross-media y el lenguaje a partir de la narrativa transmedia. *Cross-media* es un término que significa la transmisión de un mismo contenido por plataformas distintas, como comenta y alerta Jenkins (2001) para evitar problemas de interpretación frecuentes. Vicente Gosciola (2012) también apunta para esa diferencia conceptual, justificando que *cross-media* es común en procesos de marketing, donde los resultados de mercadeo son los objetivos. Diferente del *cross-media*, la narrativa transmedia es un lenguaje contemporáneo desarrollado por la sociedad a partir de los procesos y ambientes interactivos y que tienen como característica la difusión de mensajes distintos, a partir de plataformas diversas, por redes sociales y ambientes facilitadores de retroalimentación y en dispositivos móviles (RENÓ; FLORES, 2012). A partir de estos conceptos, conseguimos desarrollar las discusiones necesarias para la comprensión del transmedia.

Pero hay una discusión importante sobre la narrativa: ¿Cuándo pensamos en multiplataforma debemos considerar plataformas geográficas o de lenguaje? Para algunas corrientes, es fundamental cambiar de plataforma geográfica, es decir, un contenido en el computador, otro en la televisión y otro en la pared. Para otras corrientes, basta una multiplicidad de plataformas de lenguaje, es decir, vídeo, foto, audio, texto, infografía, comic, etc. Consideramos para el estudio que basta la multiplicidad de lenguaje para construir una experiencia transmedia, aunque sea bienvenida la diversidad de plataforma geográfica.

### 3.- Formatos y técnicas

Por el desarrollo de este estudio llegamos a una nueva significación de los formatos anteriores y a la creación de nuevos formatos para la producción de documentales transmedia. Pero, ¿por qué esos cambios? Por una razón sencilla que está apoyada en el momento del formato, es decir, en pleno desarrollo.

Anteriormente, fueron publicados por Renó (2013) formatos y modelos para el documental transmedia, cuando se presentaron tres modelos: estructurado, análogo-digital, de visualización navegable. Estos modelos fueron observados en tres documentales producidos hasta el momento del estudio y tenían como objetivo tornar sencilla la comprensión sobre las posibili-

dades, aunque transmedia tiene como característica fundamental la posibilidad creativa. Posteriormente, llegamos a un modelo más: navegación geográfica.

El primero de todos los formatos y, posiblemente el que más puede provocar discusiones, consideramos que es el modelo estructurado, que tiene como característica fundamental una navegabilidad limitada, además de una presentación con scroll bar vertical, direccionando la lectura hacia un modelo casi lineal (pero no totalmente así).

Para comprender la propuesta del formato fue estudiado el documental *Calles perdidas* (imagen 01), definido por su idealizador, Fernando Irigaray, como documental multimedia. Aunque tenga esa denominación por sus idealizadores, creemos que es un documental con fuertes trazos de un lenguaje transmedia, aunque sean pocos. Por ejemplo, es interactivo, navegable y ofrece contenidos independientes, aunque relacionados entre sí. Además, sus contenidos son distribuidos en redes sociales, como sugiere Jenkins (2001), especialmente en *Youtube*. Mientras tanto, para que el documental sea esencialmente transmedia, le falta la posibilidad que los usuarios promuevan la circulación por redes sociales a partir de su contenido, lo que no existe en el proyecto.

138



Imagen 01: Interface principal documental "Calles perdidas".

Esa obra está relacionada al modelo definido como estructurado (RENÓ, 2013), ideal para documentales de carácter periodístico. En este sentido, *Calles perdidas* alcanza su objetivo con éxito, pues ofrece contenido informativo, reflexivo y con datos resultantes de investigación periodística, en este caso bien producida y apoyada en técnicas de periodismo de datos. Además de eso, en el formato el usuario navega para descubrir algo de información, sin el carácter lúdico común en productos transmedia. El formato estructurado es menos navegable y expansible, aunque ofrezca cierto nivel de interactividad. Es interesante para contenidos periodísticos por no permitir que el proceso cognitivo sea mezclado con una experiencia totalmente de entretenimiento, aunque algunos teóricos definan al periodismo contemporáneo como un espectáculo mediático.

Otro formato posible es el análogo-digital, interesante para adaptaciones de obras originalmente producidas en sistema audiovisual y que pasan a ser transmedia, con una ampliación de lenguajes. Pero aunque sea una adaptación, es posible obtener buenos resultados de lenguaje y participación.

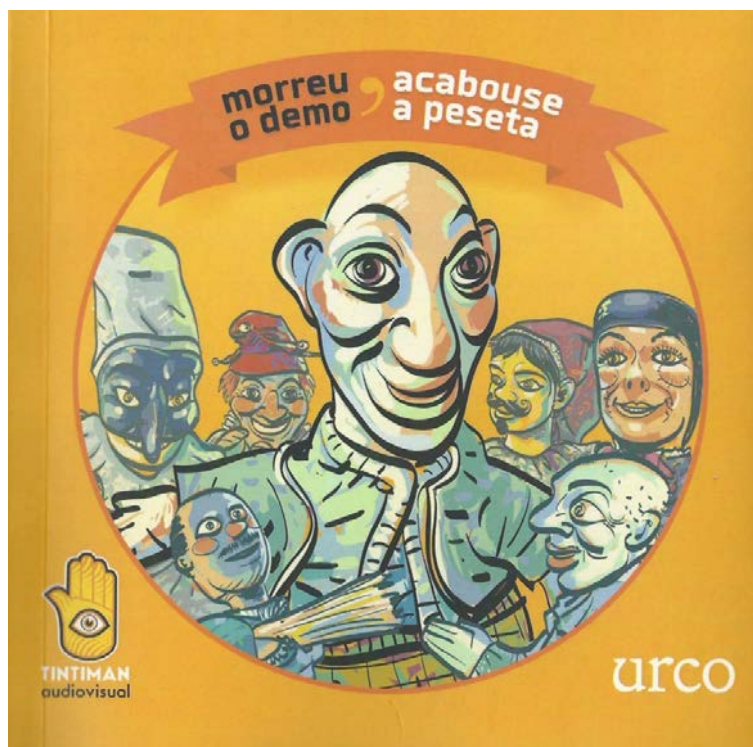


Imagen 02: Libro documental transmedia "Morreu o Demo, acabouse a peseta".

Un caso de adaptación exitoso es el documental *Morreu o Demo, acabouse a peseta* (imagen 02), producido por un grupo de productores audiovisuales de Santiago de Compostela (Galicia). Al final de 2012, este documental fue lanzado en siete idiomas, pero solamente en formato digital, para discutir la historia de personajes de la cultura popular gallega representados por teatro de títeres, especialmente el conocido como "Barriga Verde".

Después de lanzar el documental en formato audiovisual, Comba Campoy, una de las productoras de la obra y participante de la oficina sobre narrativa transmedia realizada en la Universidad de Santiago de Compostela en conjunto con el grupo REAL\_CODE (Red Eu-

ropa América Latina de Estudios sobre Comunicación y Desarrollo), decidió transformar el documental en transmedia, reformulando todo el proyecto de la narrativa. Los cambios hicieron que la propuesta adoptase contenidos en espacios analógicos y digitales.

Con los cambios, además del documental en plataforma audiovisual (clasificado en diversos festivales europeos desde su estreno), la obra pasó a contar con nuevos contenidos. El documental fue transformado en un libro sobre la historia del personaje Barriga Verde (imagen 02), además de un poster con caricaturas de los personajes presentes en el documental, el video original en un DVD (con siete traducciones), además de un videojuego para dispositivos móviles y páginas en *Facebook* y *Twitter* que ofrecen una “vida” a los personajes del documental, lanzados hasta el final de 2013.

Por fin, la obra fue divulgada con trailers y después el documental original en la red social audiovisual *Vimeo*. La decisión por esa red fue justificada por la calidad de imagen ofrecida en comparación con *YouTube*, según los productores.

Aunque sea un documental de excelente calidad y la transformación fue exitosa, hay problemas estéticos de encuadre. Su calidad audiovisual es excelente para pantallas tradicionales, pero al exhibir los videos en micro pantallas la calidad queda comprometida, especialmente tratándose de visualización del contenido de la escena. Eso justifica un cuidado importante para futuras adaptaciones, por lo menos hacer una edición del original para poner el contenido en pocas pulgadas audiovisuales.

Pero hay proyectos que surgen a partir del concepto transmedia. Un ejemplo de eso es el documental *Galego-português*, producido con carácter experimental y que aborda la relación existente entre las culturas gallega y portuguesa, especialmente del norte de Portugal. Por tanto, fueron considerados principios fundamentales de la narrativa, según Jenkins (2001), Gosciola (2012) y Renó (2013): la movilidad a partir de dispositivos de producción y navegación. Esas preocupaciones están también consolidadas en ideas de Augé (2007) y Levinson (2012), para quien la movilidad hace parte de la antropología contemporánea (Augé) y es la esencia de los “nuevos nuevos medios” (Levinson).

A partir de estos parámetros, fue decidido que todo el contenido debería ser producido a partir de dispositivos móviles (fueron adoptados un iPad 2 y un iPhone 4), desde el guión hasta la edición de fotografías y del video. Aunque fuera posible producir el contenido con la utilización de dispositivos tradicionales, fue definida la adopción de estos equipos como un desafío sobre la viabilidad.

Efectivamente, no es fácil producir todo el contenido a partir de estos dispositivos, especialmente la edición de video, pues es más práctico hacer el mismo trabajo en equipos convencionales. Pero era fundamental experimentar, incluso para llegar a la conclusión que es posible hacer un documental transmedia a partir de otros dispositivos sin cambios en el resultado final.

El documental fue experimentado por 53 participantes del *Facebook*, que aceptaron experimentar y aprobaron la obra (100% de aprobación, tanto en la calidad como en el contenido y en la navegación por dispositivos móviles). Aunque este número sea inexpresivo, el *feedback* fue enviado hasta en cinco horas, es decir, hubo estímulo e indica que la participación en redes sociales es fundamental para obtener resultados de audiencia.

Para la construcción del interfaz, fue definido como concepto lo propuesto por Carlos Scolari (2004) como “semio-cognitivo”. Al mismo tiempo, la obra propone un concepto visual que ofrece los conceptos del interfaz cultural (MANOVICH, 2005) y de recuerdo de semejanza (CARNAP, 2003). Por eso, fue desarrollado en un ambiente único, sin *scroll bar*, su contenido con visualización general, como si estuviera mirando por una ventana (en el caso, del contenido). Entre los contenidos encontramos fotos, videos, música, datos geopolíticos, mapas históricos, comics y crónicas. Estos contenidos son complementarios, pero independientes entre sí, haciendo que los usuarios puedan navegar además por redes sociales. Eso justifica la definición del modelo como de visualización navegable, donde los usuarios navegan como si estuvieran paseando por un museo por sí mismos por todo el contenido, casi físicamente.



Imagen 03: Interfaz del documental Galego-português.

La diferencia de este modelo en comparación con los otros es su sencilla navegación, además de ofrecer todas las posibilidades interactivas en un único espacio. Pero es importante considerar que haber sido producido totalmente con teléfono celular y *tablet* es todo un desafío, aunque sea posible (además de viable) producir con métodos tradicionales.

Hay una discusión en el campo del documental transmedia que pasa por una definición fundamental del *transmedia storytelling*, presentado por Henry Jenkins (2001) sobre contenidos multiplataforma. Aunque la traducción al español justifique una comprensión para una diversidad de plataformas físicas, Jenkins habla sobre una diversidad de plataformas de lenguaje y no como fue interpretado a partir de las traducciones desde el idioma inglés. Pero, asimismo, algunas obras son apoyadas en este concepto y el más destacado es el documental *Tras los pasos de El Hombre Bestia*, dirigido y producido por Fernando Irigaray con su equipo de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

La obra ofrece una navegación que no depende del espacio digital, únicamente. Una de las justificaciones para esa opción es una interpretación conceptual de su director, que considera condición para una construcción narrativa transmedia la territorialidad, ideal para construir el proyecto a partir de una obra audiovisual originalmente lineal.



Imagen 04: Escena del documental Tras los pasos del hombre bestia

En el proyecto, además del video, fueron realizadas acciones exteriores por las calles de Rosario, Argentina. Pero todo eso también fue apoyado por exhibiciones de videos producidos esencialmente para *YouTube* y que direccionan a las actividades exteriores (complementarias, pero con historias totalmente distintas del documental audiovisual, todavía inédito para la sociedad en general).



Imagen 05: Acciones por la ciudad para conducir el videojuego en línea

Los videos presentan como personaje principal el detective Marcelo Colman, que en el video original es secundario, pero en *YouTube* gana fuerza como protagonista de las acciones. Marcelo, que tiene ese nombre en su vida real, es un periodista que, curiosamente, ha estudiado diversos diplomados a la distancia, entre ellos de detective, pero en su vida real es periodista. Y acaba ganando notoriedad por la ciudad como el personaje del documental.

Además de eso, informaciones para conducción de un videojuego en línea fueron publicadas en puntos específicos de la ciudad a partir de código QR, promoviendo a los participantes una navegación exterior. Por esa razón, el formato es denominado navegación territorial y tiene una valoración importante, pues consigue involucrar los participantes en ambientes no solamente virtuales sino también territoriales.

#### 4.- Conclusiones

Aunque la existencia de documentales transmedia sea discutido por diversos autores, actualmente, no podemos decir que haya modelos establecidos para tantas posibilidades. Además, hay estudios que ponen las posibilidades dentro de un único ambiente, sin diferenciarlas. Eso provoca también una falta de entendimiento sobre lo que es, considerando ejemplos equivocados para ejemplificar el mundo del documental transmedia. Aun así, hay ejemplos que son apropiados, como los que presentamos en el texto. Y, seguramente, estos ejemplos van provocar discusiones, hasta por qué la ciencia no es una verdad absoluta.

144

La percepción que tengo sobre esa diversidad de miradas es provocada también por la falta de criterios para interpretar el documental transmedia como un nuevo género audiovisual o un subgénero del documental tradicional. Algunos teóricos ponen todo en el mundo transmedia, lo que no es. Transmedia es un lenguaje contemporáneo que contempla algunos criterios y procedimientos (RENÓ; FLORES, 2012), y no todos los ejemplos comunicacionales existentes, como podemos ver en algunas publicaciones. En este sentido, también observamos reportajes con algunos videos reeditados denominados como documental transmedia. Eso no es válido, pues la base del documental transmedia debe seguir con el audiovisual y no ofrecer redes sociales y textos sin una producción de investigaciones producidas en video (y no una simple reedición).

Los modelos presentados aquí en el texto no son definitivos, y tampoco únicos. El documental transmedia es un género que surge y se consolida a diario, con nuevas experiencias y resultados. Mientras tanto, es una forma de orientar a nuevos estudios y producciones para que tengamos, en algún tiempo, nuevos formatos transmedia para obtener una narrativa documental.



## 5.- Bibliografía

- AUGÉ, M. (2007): *Por una antropología de lamovilidad*. Madrid, Gedisa.
- BERNARDET, J. C. (2003): *Cineastas e imagens do povo*. São Paulo, Companhia das Letras.
- CARNAP, R. (2003): *The logical Structure of the World*. Chicago: Open Curt (traducción de Rolf A. George).
- GOSCIOLA, V. (2012): *Narrativa transmídia: conceituação e origens*, en CAMPALANS, C.; RENÓ, D.; GOSCIOLA, V. (2012). *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Bogotá. Editorial Universidad del Rosario.
- JENKINS, H. (2009): *Cultura da convergência*. São Paulo, Alephe.
- ----- (2001): *Convergence? I Diverge*, en *Technology Review*.p.93. [en línea] url: <http://web.mit.edu/cms/people/henry3convergence.pdf>. Consultado 05/02/2013.
- KINDER, M. (1991): *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley and Los Angeles, California, University of California Press.
- LANDOW, G. (2009): *Hipertexto 3.0*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- LEVINSON, P. (2012): *New new media*. Nova Iorque, Pinguim.
- LUNENFELD, P. (2005): *Os mitos do cinema interativo*, en LEÃO, L. (2005): *O chip e o caleidoscópio*. São Paulo, SENAC.
- MANOVICH, L. (2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires, Paidós Comunicación.
- NAVARRO, V. (2010): *Sites of convergence: an interview with Henry Jenkins*, en *Revista Contracampo*. 21. Agosto. [en línea] url: <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/77/5>. Consultado 30/10/2013.
- ODIN, R. (1984): *Filmdocumentaire, lecturedocumentarisante: cinemas et réalités*. Paris, CIE-REC - Université de Saint-Étienne.
- RAMOS, F. (2008): *Mas, afinal, o que é documentário?*. São Paulo, SENAC.
- RENÓ, D. (2013): *Diversidades de modelos narrativos para documentários transmídia*, en *Revista Doc Online*, 14, Agosto. [en línea] url: [http://www.doc.ubi.pt/14/dossier\\_denis\\_reno.pdf](http://www.doc.ubi.pt/14/dossier_denis_reno.pdf). Consultado 01/12/2013.
- RENÓ, D. (2011): *Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Te-

nerife, Editora ULL.

- RENÓ, D; FLORES, J. (2012): *Periodismo transmedia*. Madrid. Fragua editorial.

- SCOLARI, C. (2013): *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, Deusto.

- ----- (2004): *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona, Gedisa.

- Filmografía:

- Calles perdidas (2013) de Fernando Irigaray

- Morreu o Demo, acabouse a peseta (2012) de Pedro Solla

- Galego-português (2013) de Denis Renó

- Tras los pasos de El Hombre Bestia (2013) de Fernando Irigaray.

# COBERTURAS JORNALÍSTICAS (DE)MARCADAS

A greve dos professores na mídia paranaense em 2015

---



Sérgio Luiz Gadini (Org.)

série referência  
editora  
estúdiotexto

coleção  
ediJOR

## **EDITORA ESTÚDIO TEXTO**

### **Diretora**

Josiane Blonski

### **Editora-chefe**

Ana Caroline Machado

## **Conselho Editorial**

Dra. Anelize Manuela Bahniuk Rumbelsperger (UFPR)

Ms. Antonio José dos Santos (IST/SOCIESC)

Esp. Carlos Mendes Fontes Neto (UEPG)

Dr. Cezar Augusto Carneiro Benevides (UFMS)

Dr. Edson Armando Silva (UEPG)

Dr. Erivan Cassiano Karvat (UEPG)

Dra. Jussara Ayres Bourguignon (UEPG)

Dra. Lucia Helena Barros do Valle (UEPG)

Dra. Luísa Cristina dos Santos Fontes (UEPG)

Dr. Marcelo Chemin (UFPR)

Dr. Marcelo Engel Bronosky (UEPG)

Dra. Marcia Regina Carletto (UTFPR)

Dra. Maria Antonia de Souza (UTP/UEPG)

Dra. Marilisa do Rocio Oliveira (UEPG)

Dr. Niltonci Batista Chaves (UEPG)

## **Conselho Editorial ad hoc**

Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho (UNESP)



# COBERTURAS JORNALÍSTICAS (DE)MARCADAS

**A greve dos professores na mídia paranaense em 2015**

---

**Sérgio Luiz Gadini (Org.)**

série referência  
editora  
estúdiotexto

coleção  
**ediJOR**

© Sérgio Luiz Gadini

**Coordenação editorial**

Editora Estúdio Texto

**Capa e projeto gráfico**

Ana Caroline Machado

**Diagramação**

Ana Caroline Machado e Sidnei Blonski

**Revisão**

Sérgio Luiz Gadini

**Supervisão Editorial**

Josiane Blonski

**Foto de Capa**

Rafael Schoenherr

Ficha Catalográfica Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

C655 Coberturas jornalísticas (de)marcadas : a greve dos professores na mídia paranaense em 2015 [livro eletrônico]/ organizado por: Sérgio Luiz Gadini. Ponta Grossa : Estúdio Texto, 2015. (Série Referência)  
217 p.; il.; pdf.

ISBN: 978-85-67798-52-3

1. Comunicação. 2. Paraná – história. 3. Greve – professores.  
4. Mídia. I. Gadini, Sérgio Luiz. II. T.

CDD: 070.43

A coordenação editorial e a organização da presente coletânea não se responsabilizam pelos conceitos, avaliações e tampouco pelas citações ou referências bibliográficas dos textos. Tais escolhas, estruturas e abordagens são de exclusiva responsabilidade de autores/as que assinam os respectivos textos (artigos ou ensaios).



Rua Augusto Severo, 1174, Nova Rússia – Ponta Grossa – Paraná – 84070-340

(42) 3027-3021

www.estudiotexto.com.br



## SUMÁRIO

Prefácio - El valor de explicar los hechos: rigurosidad científica y compromiso social .....	07
<i>César Arrueta</i>	
Apresentação .....	11
<i>Denise Cogo</i>	
Memórias, vidas em risco e alguns desafios da pesquisa em jornalismo no Paraná .....	13
<i>Sérgio Luiz Gadini</i>	
"29 de abril"... Para pensar o acontecimento discursivo na cobertura jornalística da greve dos professores do Paraná .....	18
<i>Angela de Aguiar Araújo</i>	
A cobertura da greve no Paraná pelas redes sociais: uma análise do conteúdo publicado pela página da Gazeta do Povo no Facebook .....	34
<i>Camilla Quesada Tavares e Michele Goulart Massuchin</i>	
A cobertura do 'massacre' de 29 de abril 2015 pelos diários impressos paranaenses .....	49
<i>Aline Jasper e Sérgio Luiz Gadini</i>	
A greve das universidades estaduais em portais de jornais paranaenses: enquadramentos e temas predominantes no primeiro momento da mobilização de 2015 .....	66
<i>Fernanda Cavassana de Carvalho, Rafael Silva Buiar e Emerson Urizzi Cervi</i>	

As mediações de um fato social: o uso do frame “black blocs” na cobertura midiática do ‘massacre de 29 de abril’ ..... <i>Felipe Simão Pontes</i>	82
Crítérios de noticiabilidade em mídias digitais na greve do Paraná em 2015 – Relatos de três veículos ..... <i>Cintia Xavier e Manoel Moabis</i>	100
Giletepress e conformidades do jornalismo regional: a reprodução dos conteúdos da Agência Nacional de Notícias pelos Diários dos Campos e Jornal da Manhã no período da greve dos professores 2015 ..... <i>Hebe Maria Gonçalves de Oliveira</i>	117
Massacre 29 de abril: exemplo de fotojornalismo e construção da memória do Paraná ..... <i>Elaine Schmitt e Marcia Boroski</i>	131
Memes do 29 de abril: Uso de metáforas digitais para narrar a greve dos professores do Paraná fora da mídia tradicional ..... <i>Isadora Ortiz de Camargo e Sérgio Luiz Gadini</i>	144
Mídia e propaganda política na greve dos servidores públicos do Paraná: Impasses do direito à comunicação democrática ..... <i>Karina Janz Woitowicz e Volney Campos dos Santos</i>	163
O acontecimento em 140 caracteres: os protestos de 2015, no Paraná, pelo Twitter ..... <i>Denis Renó e Andressa Kikuti</i>	179
O Jornalismo como fragmentador da memória coletiva: o caso 29 de Abril ..... <i>Ariane Carla Pereira, Marcio Fernandes e Naiara Persegona</i>	191
O uso das charges como estratégia comunicativa no contexto da greve do funcionalismo público do Paraná em 2015 ..... <i>Rozinaldo Antonio Miani</i>	202
Sobre os autores e autoras .....	216





# O acontecimento em 140 caracteres: os protestos de 2015, no Paraná, pelo Twitter

Denis Renó e Andressa Kikuti

## INTRODUÇÃO

Quando pensamos em meios sociais e notícia, a primeira coisa que vem à cabeça é a circulação da informação. Na realidade, os meios sociais são uma eficaz ferramenta para promover a manifestação popular. Mas não está limitada a isso, especialmente quando temas cidadãos estão em voga. Podemos considerar que os meios sociais são espaços interessantes de circulação de informação que, ainda que não jornalística (ou sob alguma chancela midiática), pode ter credibilidade e, por conseguinte, possui um potencial na construção da agenda midiática.

Na realidade, a cidadania está vivenciando um momento de poder e de autonomia, graças às linguagens narrativas desenvolvidas nos últimos anos e à tecnologia que acompanha essas linguagens. Neste sentido, Lev Manovich (2013) apresenta a ideia de que hoje em dia o *software* está sendo comandado, mas que vivemos um processo de interdependência com essas tecnologias. Desenvolvemos tarefas com elas, e através delas, simultaneamente com uma emancipação midiática que nos proporciona voz que até há pouco era restrita aos conglomerados midiáticos, especialmente em espaços virtuais – a nuvem.

Manovich (2013) ainda propõe que esses conteúdos emancipatórios ganham força a partir de algoritmos desenvolvidos para tais tarefas,

fortalecendo sua circulação na internet e construindo o que chama de Big Data. Isso se potencializa ainda mais em comandos de busca e seleção de conteúdos nesses espaços – as *hashtags*<sup>1</sup> -, selecionando e compartilhando rapidamente o que é mais popular ou mais acessado. Segundo o autor:

Por exemplo, sempre é possível inventar novos algoritmos (ou novas formas de escalar algoritmos existentes para analisar mais rápido o big data) que podem analisar os dados existentes de hoje em formas que os algoritmos antigos não poderiam. Como resultado, podemos extrair padrões adicionais e gerar novas informações dos dados velhos já analisados. (MANOVICH, 2013, p.338)

O autor também faz uma discussão sobre a relação entre os usuários e os meios sociais. Para Manovich (2013), a utilização destes espaços é quase livre e os usuários publicam o que decidem publicar. Isso é um espaço onde informações podem surgir de maneira natural.

Os desenvolvimentos dos anos 90 se disseminaram entre bilhões de pessoas que estão escrevendo em blogs, compartilhando vídeos e fotos às páginas sociais, e usando de forma livre (ou quase) ferramentas de software de produção e de edição que alguns anos custavam dezenas de milhares de dólares. (MANOVICH, 2013, p.1)

De fato, os meios sociais são responsáveis pelo descobrimento de informações diversas por parte dos jornalistas contemporâneos. Atuar como jornalista sem ter uma conta nos diversos meios sociais é como trabalhar sem máquina de escrever nos anos 1940. As notícias fluem nos meios sociais e os cidadãos têm interesse em fazer circular, como defende Dan Gillmor (2005), para quem os cidadãos contemporâneos são os "*seres media*".

Adotar estratégias de construção de notícia a partir da escolha e coleta de informações desde os meios sociais é comum no jornalismo internacional, especialmente em situações extremas. Em 2012, os jornalistas norte-americanos cobriram a trajetória (ou a destruição) do furacão Isaac a partir das informações que circulavam nos meios sociais, especialmente no Twitter e no YouTube. A partir disso, alguns jornalistas passaram a definir essa coleta de informações e utilização

---

1. *Hashtag* é uma palavra-chave capaz de definir e direcionar a mensagem, assim como facilitar a divulgação da mesma a partir de algoritmos previamente construídos por meios sociais contemporâneos. Essas palavras-chave, popularizadas pelo Twitter e hoje adotadas por diversos meios sociais, são antecedidas pelo símbolo conhecido como "jogo da velha", definindo o seu status de busca.

das mesmas de maneira fidedigna como jornalismo híbrido, por uma mistura de atividades e procedimentos na busca do fato, como propõe a jornalista Gina Masullo Chen (2012), em um texto publicado no Nieman Lab. Segundo Chen (2012), “a mistura de meios me ofereceu – a quem acabava de mudar-se de um país de furacões três semanas antes da tormenta – uma experiência multimídia, que eu definiria incomparável com as velhas épocas de meios impressos, televisão e rádio”. Isso ocorreu porque a grande quantidade de informações nos meios sociais, muitos deles com a documentação audiovisual, fez possível uma comparação entre diversas notícias sobre o mesmo tema nos meios sociais e a publicação segura por parte dos meios tradicionais. Obviamente, foi uma superação possível para alguns jornalistas, especialmente os que estavam acostumados com essa nova realidade midiática e social, onde a notícia circula entre as pessoas e os jornalistas assumem a missão de contextualizá-las, e não apenas contar o que aconteceu.

Algo semelhante aconteceu no começo de 2015, durante a greve dos professores no Estado do Paraná, ocorrida de 09/02 a 12/03/2015, e retomada em 26/04, especialmente no dia 29/04, quando um confronto em frente à Assembleia Legislativa do Estado terminou com mais de 330 feridos<sup>2</sup> – a maioria de professores. Naquele dia, antes de a mídia local e estadual mencionar o ocorrido, o fato já estava em circulação em meios sociais, especialmente no Twitter, devido à sua rapidez e instantaneidade mesclada com os poucos 140 caracteres para construir pequenos lides do que ocorria. De maneira capitulada, o fato ganhou audiência entre os usuários, passando a pautar os meios de todo o país, inclusive os do Estado do Paraná.

Este capítulo apresenta um estudo sobre a manifestação popular a partir do Twitter, tendo como padrão de busca vinte palavras-chave somadas a oito *hashtags* definidas para encontrar o material circulado e, a partir disso, desenvolve uma análise qualitativa e quantitativa sobre esses termos adotados nas publicações. Obviamente, a circulação sobre o fato superou os resultados aqui apresentados, especialmente pela infinidade de *hashtags* possíveis para um acontecimento tão marcante

---

2. De acordo com informações do documentário ‘Massacre 29 de abril’ foram mais de 330 feridos, embora, destes, apenas 213 tenham procurado serviço médico e registrado a agressão (além de 20 policiais feridos). Este é considerado o número oficial, mencionado na reportagem ‘Professores e polícia entram em confronto durante votação na Alep’, publicada no G1 em 29 de abril de 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2015/04/professores-entram-em-confronto-com-pm-durante-votacao-na-alep.html>.

para a cultura estadual. Entretanto, o estudo reflete resultados que demonstram o poder cidadão na construção ou reformulação da agenda midiática (ou de seu enquadramento), e alerta ao jornalismo que é hora de entender essa nova ecologia midiática, onde a sociedade compete com a mídia massiva pelo poder da comunicação. Esperamos, com o desenvolvimento deste estudo, provocar nos meios e nos jornalistas um interesse em entender e respeitar o cidadão como um novo ator no processo midiático contemporâneo, capaz de tornar notícia (ou dar um enfoque distinto a) temas que fogem dos interesses dos conglomerados midiáticos e seus parceiros políticos e econômicos.

## **MEIOS SOCIAIS COMO POTENCIALIDADE PARA COMUNICAÇÃO CIDADÃ**

Diversos autores, entre eles Cecília Peruzzo (2004), defendem o direito à comunicação como direito de cidadania. E a web, por permitir uma comunicação de todos com todos, atua como um ambiente que possibilita o exercício desta cidadania comunicacional. Como reforça a autora, “com o desenvolvimento das tecnologias digitais, cada vez mais se potencializa o acesso do cidadão ao poder de comunicar” (PERUZZO, 2004, p.68), desde que haja acesso e educação para o uso das tecnologias. Tal visão é compartilhada por Denise Cogo (2010, p.84), para quem os meios sociais se constituem, em muitos casos, como “movimentos de contraposição às lógicas da exclusão cidadã instauradas no marco atual da ordem econômica, política e global”.

Exposto isso, podemos reforçar a ideia de que os meios sociais se configuram como espaços que possibilitam essa comunicação cidadã, uma vez que se caracterizam por serem ambientes abertos e de fácil utilização onde, tecnicamente, qualquer pessoa pode reivindicar seu espaço e participação. É justamente por isso que meios sociais atuam como meios propícios para a interação, seja ela reativa ou mútua (de acordo com as definições de Alex Primo (2011), a interação mediada por computador pode ser dividida entre “reativa” e “mútua”, sendo a primeira marcada por predeterminações que condicionam as trocas, e a última caracterizada por uma construção dinâmica, contínua e contextualizada (se desenvolve no tempo e em certo contexto) entre os usuários/interagentes. Sendo assim, a interação social é também uma forma interativa, mas não a própria definição do termo.

Entre os meios sociais mais populares no Brasil estão Instagram,

Snapchat, Facebook, e o Twitter – este último, *corpus* de estudo neste capítulo. Há diferenças bastante evidentes e conhecidas entre eles, inclusive de finalidade: enquanto no Snapchat se publicam conteúdos efêmeros e, em princípio, não armazenáveis, o Instagram serve como repositório audiovisual, com foco na estética (considerando a variedade de filtros e demais possibilidades de edição de imagem que oferece). Já o Facebook prioriza a troca de mensagens, curtidas e comentários entre usuários, enquanto no Twitter o mais importante é a instantaneidade da mensagem, permitindo ao usuário inteirar-se de um assunto no momento em que está acontecendo, seja através de mensagens de texto curtas (até 140 caracteres), *links*, foto, ou até mesmo via transmissão de vídeo, gravado e postado diretamente através do aplicativo. A relevância de um tweet pode ser medida através das replicações do mesmo, também chamadas de retuites (RTs). Para Recuero e Zago (2012), o RT é o principal motor da difusão de informações no Twitter, pois gera visibilidade para a informação e para a fonte que a publicou originalmente. As autoras acreditam que esta prática é uma busca por capital social, ao gerar valores como referencialidade<sup>3</sup>, acesso<sup>4</sup> e tempo<sup>5</sup>.

Segundo as autoras, ao retuitarem determinada informação, usuários ativos estão fazendo um trabalho de filtragem e divulgação, gerando um benefício coletivo, uma vez que a maior parte dos usuários é passiva, ou seja, não atua neste modelo de coleta e repasse informativo. São várias formas possíveis de fazer um RT: a principal delas é simplesmente replicar o conteúdo de alguém através de um botão disponibilizado pelo próprio Twitter. Outra é replicar o tweet e adicionar a ele um comentário, reiterando ou contestando a ideia inicial. Seja qual for a intenção, a replicação tem como elemento essencial a utilização de uma informação já publicada no meio social como referência para a abordagem de determinado tema.

A estrutura do Twitter também possibilita a criação de narrativas coletivas sobre determinado fato, organizadas através de *hashtags*. O usuário, ao publicar um tweet contendo determinada palavra-chave

---

3. Segundo as autoras, ao fazer um retuíte, geram-se duas referências para determinada informação: a daquele que a publicou originalmente e a daquele que fez o RT. Ambos recebem visibilidade e crédito pela informação publicada.

4. Usuários fazem RTs motivados pela ideia de que a sua rede ainda não recebeu aquela informação e está, portanto, provendo acesso a algo que considera relevante.

5. Existe uma possível aceleração da velocidade com que uma informação chega à rede social a partir de um RT, segundo Recuero e Zago (2012).

ou *hashtag*, pode ser localizado e lido por demais usuários que estão procurando sobre aquele tema, sem a necessidade de, necessariamente, seguir aquela pessoa. Desta forma constrói-se uma narrativa descentralizada, participativa e dinâmica, que Henrique Antoun e Fábio Malini (2010) chamam de "*hashtag storytelling*". Essa nova linguagem, para os autores, também pode ser considerada jornalística, e inclusive ultrapassa e reinventa a noção de *breaking news*, já que "os internautas tem acesso a tudo o que se publica na rede, de forma direta, ponto a ponto, de baixo para cima, criando e participando de um grande mural conversacional e uma comunidade virtual de notícia" (ANTOUN e MALINI, 2010, p. 293).

Na prática, esta "narrativa dos muitos", presente nos meios sociais em geral e no Twitter em particular, serve às multidões como uma enorme potencialidade para praticar a comunicação cidadã em sua plenitude, porque é possível consumir e compartilhar informações ao mesmo tempo em que se ajuda a construí-las. Uma interessante observação de Henry Jenkins (2009) sobre o que ele denomina "convergência alternativa" vem complementar o raciocínio: a participação amadora do público é uma consequência inevitável da revolução digital, pois o público tem em mãos ferramentas de baixo custo e fáceis de usar, somadas a canais de publicidade e distribuição. O autor pondera que, na maioria dos casos, nada de interessante acontece nessa produção amadora. Porém, "se o número de pessoas que participam da criação [de conteúdo] aumentar, a quantidade de trabalhos realmente interessantes também pode aumentar" (JENKINS, 2009, p. 211). Ao falar sobre as artes, ele afirma ainda que artistas amadores se saem melhor quando operam em comunidades de apoio, pois dessa forma lutam contra os mesmos problemas e evoluem com o sucesso dos outros. O mesmo pode ser dito da comunicação cidadã, que encontra sua comunidade de apoio nos meios sociais.

## **OS PROTESTOS NO PARANÁ EM 2015**

Antes de apresentar a análise feita neste capítulo, vale uma breve contextualização do caso que motivou esta coletânea de textos – os protestos no Paraná em 2015 –, ainda que sua história esteja contada de forma detalhada e diluída em outros capítulos do presente volume.

Desde o dia 09 de fevereiro de 2015, professores do Estado do Paraná fizeram valer seu direito de greve, motivados por aspectos

como o não pagamento do terço de férias, atraso no salário dos professores do regime PSS (contratos temporários), o não pagamento de promoções e progressões salariais, possibilidade de demissão de funcionários, superlotação de salas de aula, entre outros<sup>6</sup>.

A votação do pacote de medidas de austeridade apresentado pelo governador Beto Richa (PSDB), (conhecido como “pacotaço”), sem a discussão necessária pela Assembleia Legislativa do Paraná, também motivou a mobilização docente, porque a aprovação incluía a perda de direitos adquiridos pelos servidores. Houve manobras na Assembleia para sua aprovação, o que gerou revolta e confronto entre a polícia e os manifestantes, que ocuparam o local. No dia 12 de fevereiro, após pressão popular, o projeto foi retirado de votação. A primeira fase da paralisação durou até meados de março, quando assembleias docentes decidiram retornar às aulas, mas manterem-se em estado de greve. A greve foi retomada no dia 26 de abril, após o governo do Estado pedir, em caráter de urgência (e sem discussão com as partes envolvidas), a votação do projeto que acarretaria em mudanças no regime da previdência social dos servidores – Paraná Previdência. Mais uma vez, houve manifestações em frente à Assembleia durante toda a semana, culminando no episódio marcado pela reação descabida da Polícia Militar contra os professores e servidores, no dia 29 de abril: os manifestantes foram recebidos por 5 mil policiais<sup>7</sup> fortemente equipados com bombas de gás lacrimogêneo, spray de pimenta, balas de borracha e até o uso de cães. Como resultado, mais de 330 feridos no que ficou conhecido como massacre do dia 29 de abril. O ocorrido causou um turbilhão de mensagens nos meios sociais, também motivadas pelo discurso autoritário e do governo e pela omissão de uma parcela da mídia tradicional. A manifestação de vozes cidadãos continuaram repercutindo até o fim da greve, no dia 26 de junho de 2015.

### **Mais que um tweet: a opinião pública em 140 caracteres**

Para discutir como a comunicação cidadã ocorre nas redes, optamos pela análise de postagens no Twitter, um meio simples e ágil

---

6. De acordo com informações listadas pela APP, publicadas na reportagem ‘Professores da rede estadual entram em greve e adiam início das aulas’. Disponível em: <http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2015/02/professores-da-rede-estadual-entram-em-greve-e-adiam-inicio-das-aulas.html>

7. De acordo com informações contidas no documentário ‘Massacre 29 de abril’, produzida por estudantes e professores do curso de Jornalismo UEPG. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s16jiyd7Ago>

para distribuir notícias de última hora. Como afirma Sandra Crucianelli (2013), o Twitter é uma rede acelerada, vertiginosa e sintética, essencial para jornalistas. O público em geral também se beneficia de suas características para um sem fim de possibilidades individuais e coletivas, entre elas a produção de narrativas noticiosas baseadas em *hashtags*.

No desenvolvimento da análise da manifestação popular a partir do Twitter, utilizamos a ferramenta Topsy<sup>8</sup>, que permite a recuperação de tweets antigos. Realizamos uma busca<sup>9</sup> no período entre 09 de fevereiro e 26 de junho de 2015<sup>10</sup>, em todos os tipos de conteúdo abarcados pelo site (*links, tweets, fotos, vídeos, e influenciadores*<sup>11</sup>) com as seguintes palavras-chave, separadas pela conjunção "ou": greve, professores, servidores, Paraná, Beto Richa, ALEP, PM. Consideramos as 20 postagens mais replicadas do período. Os *tweets* que continham as palavras-chave mencionadas, mas não eram diretamente ligadas à greve dos professores e servidores do Paraná, foram excluídos da análise. Buscamos ainda, no mesmo período, tweets com as seguintes *hashtags* (buscadas uma de cada vez): #grevePR, #29deabril, #BetoRicha, #ForaBetoRicha, #ProfessoresPR, #GreveProfessoresPR, #Alep, e #PM#PR.

Ressaltamos que nossa metodologia de coleta de informações e análise foi semelhante à prática conhecida como jornalismo de dados<sup>12</sup> desenvolvida atualmente, adotando algoritmos de busca e cruzamento de dados acompanhado de análises. Obviamente, as possibilidades estatísticas foram simplificadas, mas experimentam a prática dessa forma de coleta e tratamento de dados.

Os resultados da busca por Topsy foram significativos, tendo como destaque a *hashtag* #greveprofessoresPR, seguida de #ForaBetoRicha. Outras *hashtags*, como #PM#PR e #BetoRicha também ficaram destacados quantitativamente (ver quadro 01). Porém, o que se destaca nessas palavras de busca é a composição das mensagens, tendo #BetoRicha sempre usado em mensagens criticando o mesmo,

---

8. [www.topsy.com](http://www.topsy.com)

9. No dia 20 de julho de 2015 às 10h.

10. Período em que a greve ocorreu no Paraná, contando o intervalo entre 13 de março e 25 de abril, no qual houve aulas.

11. Perfis com grande influência, de acordo com sua rede de seguidores.

12. Não existe, ou não deveria existir, jornalismo sem dados. Entretanto, a prática é denominada dessa maneira, em uma alusão ao jornalismo produzido a partir do tratamento resultante do cruzamento de dados (DADER, 1997).



representando claramente a opinião pública pelas mensagens no Twitter, nesse momento.

Quadro 01 – Compartilhamentos de *hashtags*

<b>Hashtag</b>	<b>Resultado</b>
#GreveProfessoresPR	2.551 compartilhamentos
#ForaBetoRicha	2.298 compartilhamentos
#PM#PR	1.681 compartilhamentos
#BetoRicha	858 compartilhamentos
#Alep	147 compartilhamentos
#ProfessoresPR	216 compartilhamentos
#29deabril	175 compartilhamentos
#GrevePR	79 compartilhamentos
<b>TOTAL</b>	<b>8.005 compartilhamentos</b>

Quantitativamente, o quadro não oferece resultados expressivos. Porém, se considerarmos que algumas dessas mensagens foram compartilhadas também por meios massivos, os números podem refletir uma mudança de pauta por parte da imprensa. O vencedor de compartilhamentos, “Ao violentar o professor BetoRicha bate em todo povo paranaense. O Paraná é nosso”, originalmente escrito por @kekavl, alcançou 2.100 compartilhamentos e foi compartilhado também pela Folha de S.Paulo. Vale ressaltar que compartilhamento não é o mesmo que visualização, podendo ampliar consideravelmente essa estatística.

Outra mensagem com um alto compartilhamento também foi reproduzido pelo meio massivo. Na conta do UOL, também circulou a mensagem de @dhumanosbr – “No #Paraná, #MP pede #suspensão de #lei de #Richaque originou #protestos dos #professores uol.com/bvfh2 #violenciapolicial #PM#PR”, alcançando 1.200 compartilhamentos. Novamente, ressaltamos que esse número poderia ser diferente se aferido a partir da visualização.

O curioso é que, diferente dos demais, a segunda *hashtag* mais compartilhado foi o que obteve o maior número de mensagens diferentes. Com um total de 21 mensagens de destaque, a *hashtag* #ForaBetoRicha representa a vontade do cidadão se pronunciar frente aos atos de violência registrados naquele dia, diferente do que ocorreu com as combinações de *hashtags* #GreveprofessoresPR e #PM#PR, por exemplo, que obtiveram seus números com apenas três mensagens cada.

Porém, o que chamou a atenção durante esses acontecimentos foi a repercussão entre jornalistas destacados, muitos deles sem usar *hashtags* para isso. Alguns comentários solidarizavam com a sociedade paranaense, como o de @marcelotas, que disse “Do jeito que bate em professores, Beto Richa parece ter medo que eles ensinem os paranaenses a pensar...[instagram.com/p/2G2EWNfKjx/](https://www.instagram.com/p/2G2EWNfKjx/)”, e o de @mauriciosantor, “Foto que já nasceu clássica: professora no Paraná foge de agentes da Pátria Educadora. [pic.twitter.com/fuZUWLvBJU](https://pic.twitter.com/fuZUWLvBJU)”. Também foram registrados comentários irônicos sobre o ocorrido, mas favoráveis à sociedade, como o de @rafinhabastos, que declarou “Meu filho se comporta tão mal em local público que apelidei ele de PM do Paraná”. Outra manifestação irônica favorável à sociedade paranaense veio da conta @dilmabr (Dilma Bolada), que disse “Fazer panelaço para os professores ninguém quer, né?”, obtendo 1.900 compartilhamentos.

Pelas contas da imprensa, destacam-se duas mensagens publicadas pelo @G1. A primeira, “Entenda os motivos dos protestos de professores em greve no Paraná: [glo.bo/1bLmsaO](https://glo.bo/1bLmsaO) #G1 [pic.twitter.com/Tf4UaOoqSt](https://pic.twitter.com/Tf4UaOoqSt)” obteve 3.500 compartilhamentos. Outra mensagem publicada pelo mesmo G1 merece destaque pelo posicionamento do meio frente aos protestos, apesar de ter alcançado menos compartilhamentos (611) com a mensagem “Vídeo mostra ‘comemoração’ na sede do governo do Paraná após confronto de PM e professores [glo.bo/1dxWTum](https://glo.bo/1dxWTum) #G1 [pic.twitter.com/heBdc9YdP8](https://pic.twitter.com/heBdc9YdP8)”.

Entretanto, o humorista e publicitário @danilogentili se dedicou a ganhar audiência sobre o tema de maneira contrária, ainda que sutilmente construída. Entre as mensagens, destacamos duas: “Poxa ! Xinguei o Paraná na TV e os paranaenses estão todos levando na esportiva. Assim não tem graça. Não serei processado”, que obteve 229 compartilhamentos e foi publicada com os erros de grafia aqui apresentados, e “Queria colar na prova e tavam lá atrapalhando. Quero ir pra casa e tão lá atrapalhando. Professores: oq tem eu a ver c/ a frustração de vcs?”, com 146 compartilhamentos e os mesmos erros de grafia.

Essas mensagens representam uma tentativa de construir a agenda midiática a partir da manifestação popular, e também demonstra essa mesma manifestação popular já em fase de construção. Podemos perceber que as mensagens mais compartilhadas são as solidárias aos professores do Paraná, enquanto as piadas de @danilogentili recebem poucos compartilhamentos, e provavelmente poucos risos, ainda que esse seja o estilo do humorista, declaradamente oposicionista ao governo atual.

O que fica claro, com esse breve resumo do material coletado e analisado, é que a sociedade possui uma ferramenta de construção agenda midiática popular à mão, e está utilizando-a para isso. O jornalismo deve ficar atento a essas mudanças e aprender a contextualizar a voz da sociedade. A opinião pública é claramente manifestada nestes espaços, apesar de apenas em 140 caracteres.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O jornalismo vive, hoje, mudanças expressivas que não acontecem somente fora das redações, mas também em espaços profissionais, quebrando paradigmas e valores preconcebidos sobre o fazer jornalístico. Tem modificado especialmente a maneira de construção do discurso jornalístico e também a linguagem, os processos, a relação com as fontes e também a configuração das rotinas nas redações.

Porém, essas mudanças devem vir acompanhadas de uma nova maneira de pensar por parte dos jornalistas contemporâneos, especialmente sobre sua relação com a informação (em diversas situações encontradas em contas de Twitter ou algo semelhante) e o trabalho compartilhado com o cidadão. Já não basta contar a notícia, como vimos realizando há décadas. Agora devemos voltar a fazer o jornalismo que fazíamos há tempos, oferecendo ao leitor uma interpretação da notícia e seus desdobramentos, assim como uma contextualização sobre o fato.

Essa realidade, ainda que não instantânea, foi registrada durante o acontecimento popularmente conhecido como “o massacre da bala de borracha” ou “massacre de 29 de abril”. O batismo a esse dia foi popularizado pelos meios sociais através da circulação de imagens e textos relacionados ao nome.

Essa realidade é inevitável e natural. O cidadão contemporâneo traz em si habilidades digitais e de narrativa, o que obriga ao jornalista uma reinvenção profissional. O crescente desenvolvimento de aplicações que proporcionam a programação de ferramentas web, assim como a facilidade na produção de conteúdos hipermidiáticos, possibilita o desenvolvimento de espaços digitais de caráter informativo pelos cidadãos, ainda que diversas correntes questionem o valor jornalístico dessas iniciativas. E mais: se houver a qualidade e liberdade necessárias no desenvolvimento destas narrativas, esses conteúdos passam a competir em pé de igualdade com diversos meios, criando nos

jornalistas profissionais a preocupação com o controle pelo bom trabalho, agora exercido não somente pelo editor, mas também pelo cidadão.

Isso ficou claro com os registros no Twitter aqui mencionados, especialmente o aproveitamento e a proliferação dos mesmos por atores midiáticos, alguns deles tradicionalmente contrários a tais movimentos cidadãos. Entretanto, encontraram no Twitter a possibilidade de se reposicionar, assim como acompanhar a força de circulação midiática que o acontecimento e suas *hashtags* alcançaram.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTOUN, Henrique; MALINI, Fabio. Ontologia da Liberdade na rede: a Guerra das narrativas na internet e a luta social na democracia. In: **Revista Famecos** v.17, n.3, p.286-294. Porto Alegre, 2010.

CHEN, Gina Masullo (2012). Hurricane Isaac coverage shows the promise of hybrid model for news. **NiemanLab**, 31/08/2012. Disponível em <http://www.niemanlab.org/2012/08/hurricane-isaac-coverage-shows-the-promise-of-a-hybrid-model-for-news>. Acessado em 04/08/2015.

CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas Digitais para Jornalistas 2.0**. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/books/FerramentasDigitaisparaJornalistas.pdf>. Acesso em 28/08/2015.

DADER, José Luis. **Periodismo de precisión** – vía socioinformática de descubrir noticias. Madrid: Síntesis, 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEVINSON, Paul. **New new media**. Nova Iorque: Pinguim, 2012.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Presença, 2005.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. Nova Iorque/Londres: Bloomsbury, 2013.

PERUZZO, Círcia. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004.

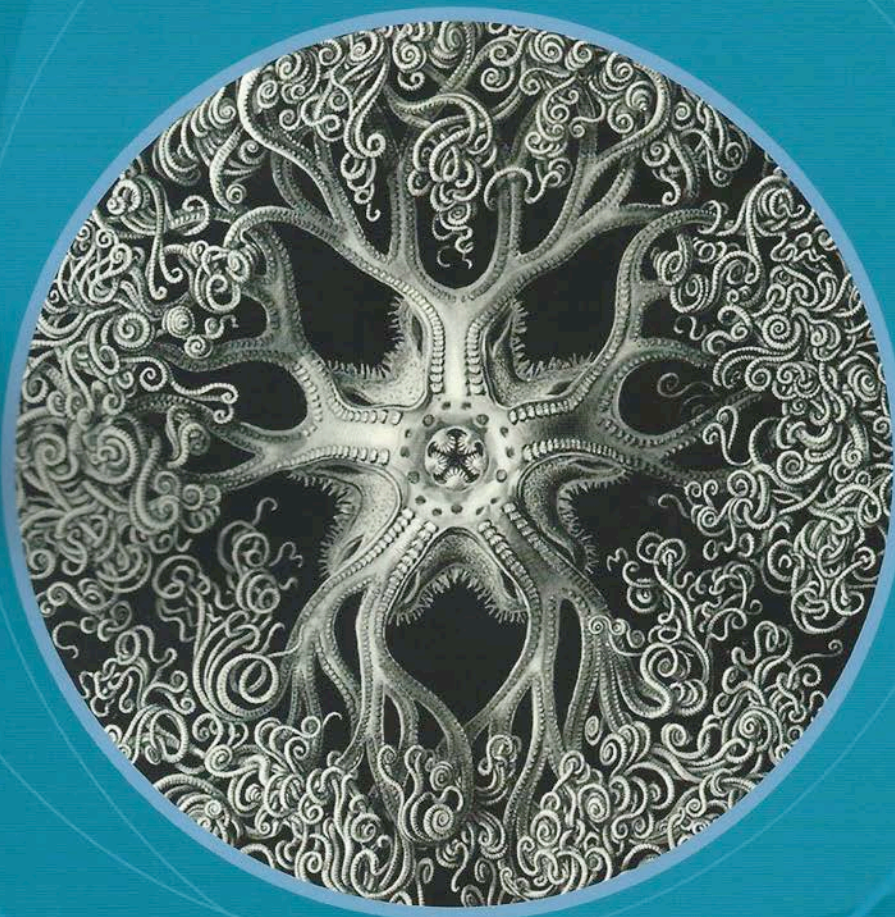
PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. 3ª edição. Porto Alegre, Sulina, 2011.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. A Economia do Retweet: Redes, Difusão de Informações e Capital Social no Twitter. In: **Revista Contracampo**, v. 24, n. 1, ed. julho, ano 2012. Niterói: Contracampo, 2012. Pags: 19-43.

# Ecología de los medios

*Entornos, evoluciones e interpretaciones*

COMUNICACIÓN



**Carlos A. Seolari (Ed.)**

gedisa  
editorial

# ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS

*Entornos, evoluciones e interpretaciones*

Carlos A. Scolari (Ed.)

**gedisa**  
editorial

- © Carlos A. Scolari (ed.), 2015  
 © Jesús Octavio Elizondo Martínez, Thom Gencarelli, Indrek Ibrus, Paul Levinson,  
 Robert K. Logan, Diego Mazorra, Neil Postman, Denis Renó, Sergio Roncallo Dow,  
 Lance Strate  
 © De la traducción de los textos en inglés, Xavier Gaillard Pla, 2015

Idea de cubierta: Carlos A. Scolari

Primera edición: febrero de 2015, Barcelona

Derechos reservados para todas las ediciones en castellano

© Editorial Gedisa, S.A.  
 Avenida del Tibidabo, 12 (3ª)  
 08022 Barcelona, España  
 Tel. (+34) 93 253 09 04  
[gedisa@gedisa.com](mailto:gedisa@gedisa.com)  
[www.gedisa.com](http://www.gedisa.com)

IBIC: GTC  
 ISBN: 978-84-9784-826-8  
 e-ISBN: 978-84-9784-827-5  
 Depósito legal: B.538-2015

Impreso por: Romanyà Valls, S.A.

Impreso en España  
*Printed in Spain*

Queda prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio de impresión, en forma idéntica, extractada o modificada, en español o en cualquier otro idioma.

## Índice

*Todos los modelos científicos occidentales de la comunicación son, como el modelo de Shannon-Weaver, lineales, lógicos y secuenciales de acuerdo con la pauta de la causalidad eficiente.*

Introducción a la *Teoría de la comunicación* de Marshall McLuhan  
César J. Sureda M. McLuhan – E. McLuhan  
*Law of Media (1988)*

### Primera parte: Los factores tecnológicos

La entrevista de Playboy con Marshall McLuhan  
Marshall McLuhan - *Playboy* 15

El nacimiento de la ecología de los medios  
José Manuel 31

El Libro y la Kinesia de la Comunidad Católica de Toronto  
José Manuel *El Libro y la Kinesia* 105

La ecología de los medios y la reducción de los medios  
a los factores físicos  
José Manuel 135

### Segunda parte: Los conceptos

Construir los medios como medios: McLuhan y el enfoque  
de la ecología de los medios  
José Manuel 147



# Índice

## Introducción

Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá)	
<i>Carlos A. Scolari</i> .....	15

## PRIMERA PARTE. LOS PADRES FUNDADORES

La entrevista de <i>Playboy</i> : Marshall McLuhan	
<i>Marshall McLuhan - Eric Norden</i> .....	45

El humanismo de la ecología de los medios	
<i>Neil Postman</i> .....	97

McLuhan y la Escuela de Comunicación de Toronto	
<i>Jesús Octavio Elizondo Martínez</i> .....	109

La ecología de los medios y la educación de los medios en los Estados Unidos	
<i>Thom Gencarelli</i> .....	133

## SEGUNDA PARTE. LOS DISCÍPULOS

Estudiar los medios como medios: McLuhan y el enfoque de la ecología de los medios	
<i>Lance Strate</i> .....	147

Los principios de la evolución de los medios: la supervivencia del más apto  
*Paul Levinson* ..... 165

La base biológica de la ecología de los medios  
*Robert K. Logan* ..... 197

**TERCERA PARTE. LAS NUEVAS FRONTERAS**

Una alternativa: la evolución de los medios abordada desde la semiótica de la cultura  
*Indrek Ibrus* ..... 221

Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios  
*Denis Renó* ..... 247

Ecología, arte y política: la estética como control (contra) ambiental  
*Sergio Roncallo Dow y Diego Mazorra* ..... 263

Los autores ..... 295

## Movilidad y producción audiovisual: cambios en la nueva ecología de los medios

*Denis Renó*

Hoy en día la ecología mediática se ha convertido en un tema de actualidad. Cuando pensamos en la ecología mediática lo hacemos de manera casi instantánea en la relación entre los usuarios y los medios tradicionales, especialmente la «duración» de estos medios. Eso se justifica porque algunas corrientes de los estudios de medios se preocuparon por comprender, o prever, hasta dónde un viejo medio puede llegar a perder espacio frente a un nuevo medio. Ocurrió con el cine, la radio, la televisión y la prensa.

En realidad, estudiar la ecología de los medios es mucho más que intentar descubrir hasta cuándo un medio puede sobrevivir. Es comprender cómo se desarrolla y se consolida la relación entre sociedad y medios, en una diversidad mediática donde hay espacio para todos los medios, viejos y nuevos. Se trata de reconocer la relación entre ellos —sociedad y medios— y cómo se ocupa el ecosistema, sea por un proceso convergente, sea por una articulación de tareas. Lo que importa es entender cómo eso ocurre, y por qué.

En *Understanding Media* Marshall McLuhan (1964) proporcionó ideas fundamentales para comprender la ecología de los medios. Su mirada cubrió tanto el tema de las prótesis *operacionales* —cuando el

autor defendió que los medios tecnológicos son extensiones de nuestro cuerpo— como la observación del mensaje. McLuhan proponía, en tal recorte histórico, una ecología mediática conformada por una aldea global que tenía como base fundamental los medios. Y estos medios definían los mensajes.

Estas características todavía siguen vigentes pero con algunos trazos novedosos. McLuhan no podía predecir todas las cosas que pasarían. Por ejemplo, no pudo observar con la profundidad necesaria hacia dónde caminaba el desarrollo del ecosistema de medios. Y aunque logró comprender casi todo, no contaba con dos factores: la web 2.0 y los dispositivos móviles, responsables de un cambio de la cultura mediática de la sociedad, lo que ha provocado una reestructuración de la ecología de los medios, esencialmente en la manera de producir y relacionarse con los contenidos.

Este capítulo presenta, a partir de una mirada abierta a la redefinición de algunos conceptos de la ecología mediática y las relaciones entre ciudadanos y medios, el escenario que corresponde a la producción audiovisual a partir y para los dispositivos móviles. Consideraremos la prótesis mediática y la posición de los medios, y de sus mensajes, como responsables de estos cambios.

Para el estudio adoptamos como metodología el estudio bibliográfico (Stumpf, 2005) y el método casi experimental (Peruzzo, 2005), donde se desarrollan productos y se ofrecen a un grupo de usuarios previamente definido por criterios de interés e involucramiento en el tema estudiado —las tendencias del audiovisual—. Al final ofreceremos algunos conceptos a partir de los resultados obtenidos en estos procedimientos científicos. Se espera, a partir del estudio, ofrecer nuevos parámetros para el desarrollo de una mirada de la nueva ecología mediática en un momento donde algunos conceptos de Marshall McLuhan, presentes a lo largo de cincuenta años, empiezan a exigir una apropiada revisión.

## 1. Usuarios y prótesis táctiles

Frente a los cambios mediáticos —definidos por Paul Levinson (2012) como los *new new media*, en una repetición de palabras justificada por un ecosistema intensamente distinto de los anteriores— encontramos nuevos usuarios y posibles escenarios para las prótesis tecnológicas anteriormente detectadas por McLuhan. Se

trata de un escenario donde los ciudadanos asumen nuevos conceptos que superan las relaciones caliente-frío propuestas en *Understanding Media* en 1964. Ahora los usuarios se desplazan por «ambientes líquidos» (Bauman, 2001) y construyen estos caminos de manera autónoma. La relación con los contenidos y medios es interactiva, móvil. Una movilidad que se estructura en un mundo «real-virtual» (Augé, 2007). Además, ocurre en un universo de informaciones reconocido por ciertos autores como *Big Data*, donde las informaciones «limpias» y «sucias» ofrecen la posibilidad de interpretar y conocer el ecosistema mediático de manera amplia, aunque al precio de una *infoxicación*.<sup>1</sup>

En este ecosistema complejo los usuarios ofrecen la más importante reformulación. Hace cincuenta años la sociedad se organizaba a partir de una jerarquía compuesta entre emisor, mensaje y receptor. Este último, a su vez, era pasivo, con un nivel de participación limitado a la interpretación y la repercusión entre sus pares más próximos. Además, los emisores tenían un poder mediático expresivo, ofreciendo a la sociedad un discurso único y distribuido por los canales amplificadores de la aldea (global).

Hoy en día la sociedad no se limita a este tipo de estructura organizativa. La nueva ecología mediática encuentra una sociedad organizada no en una aldea, sino en varias. Cada individuo forma parte de varias aldeas, y de manera líquida cambia de aldea a cada momento de la forma que más le conviene. Además, no asume solamente el papel de receptor sino también de emisor. Sin embargo, conviene mantener todavía la existencia de un receptor tradicional, pues ahora los que reciben mensajes pueden reconstruirlos y hacerlos circular por sus redes de contactos. Y lo hacen. Según Lev Manovich:

Incluso hoy en día [...] cuando la gente está en constante interacción y actualiza decenas de aplicaciones en sus teléfonos móviles y otros dispositivos de computación, el software como categoría teórica sigue siendo invisible para la mayoría de los académicos, artistas y profesionales de la cultura interesados en TIC y sus efectos culturales y sociales (Manovich, 2013: 9).

1. El término *infoxicación* es utilizado para referirse a la gran cantidad de informaciones disponibles en la rutina humana contemporánea, lo que puede provocar una «intoxicación informacional». (N. del E.)

Otro cambio expresivo está relacionado, ahora de forma más real, a las prótesis. Marshall McLuhan (1964), al considerar que los medios tecnológicos actuaban como prótesis de los sujetos, no esperaba que la tecnología se desarrollara al punto de «ignorar» las prótesis. El micrófono es la prótesis de la voz, así como el ratón la prótesis de las manos, que conseguían «penetrar en el computador» activando las tareas pertinentes. Las videocámaras son las prótesis de los ojos de sus operadores así como el audiovisual (el cine y la televisión) podría ser considerado como la prótesis de la visión. Todo eso ha cambiado desde el surgimiento de la web 2.0 y de los dispositivos móviles con pantalla táctil. Y todo en el contexto de una hibridación de medios, herramientas y tareas. Como propone Manovich:

Creo que la «hibridación de medios» constituye una nueva etapa fundamental en la historia de los medios de comunicación. Se manifiesta en diferentes ámbitos de la cultura del software y no sólo en las imágenes en movimiento —aunque este último ofrece un ejemplo particularmente llamativo de esta nueva lógica cultural en el trabajo— (Manovich, 2013: 267).

Ahora no necesitamos una prótesis, un brazo mecánico para hacer las tareas. Gracias a la tecnología táctil, que surgió a partir de un desarrollo tecnológico de la compañía *Elo Touch Systems* en 1971 (Renó y Flores, 2012: 86), utilizamos directamente los dedos de la mano. Conseguimos realizar movimientos naturales, o muy similares, para navegar dentro de los dispositivos. Además, la realidad aumentada proporciona procedimientos y miradas muy próximas de lo real, cambiando inclusive conceptos asociados al pensamiento humano de tipo hipertextual y conformado por nodos neurales<sup>2</sup> (Renó, 2011).

Los ojos, a su vez, comparten las tareas de las cámaras portátiles, que ahora son guardadas en los bolsillos. Estos dispositivos portátiles ofrecen imágenes de gran calidad, aproximándola a la imagen de los ojos rápidamente y «materializando» el registro por medio de píxeles que componen esa representación. El teléfono celular es ahora el compañero y testimonio. En la mano o en el bolsillo, los teléfonos móviles ocupan espacios privilegiados y confirman la existencia

2. Nodos neurales son los momentos de navegación donde se ofrece la posibilidad de escoger los caminos (Renó, 2011). En programación, son los momentos conformados por las preguntas SÍ o NO.

de acontecimientos en lo cotidiano que en el anterior ecosistema no venían considerados.

Por fin, podemos pensar en el audiovisual como una nueva manera de mirar el mundo virtual. A partir de pantallas móviles e interactivas, ahora el usuario puede llevar en ellos la televisión, el cine, el álbum de fotografías, la grabadora de música y hasta el mismo computador. Es posible escribir textos, ajustar fotos, editar audio y hasta producir vídeos, e inclusive editarlos. Es una gran gama de herramientas en un único espacio. Además, ofrece una pantalla y lenguajes que posibilitan la interactividad con el contenido a partir de nodos neurales.

Estos cambios, considerados en conjunto, ofrecen nuevas posibilidades y desafíos narrativos, pues hacen que los comunicadores tengan un trabajo adicional a la hora de producir: ahora deben «pensar con la cabeza del otro» (Manovich, 2005) para poder realizar la lectura de un contenido compuesto por nodos neurales. Además, estas características y desafíos son propuestos por los sujetos a cada momento, cuando ellos mismos pasan a exigir condiciones que hasta entonces no fueron pensadas por los diseñadores. Se trata de una reversión de poder, donde la sociedad desafía a los desarrolladores de los equipos tecnológicos para que atiendan a sus necesidades en su condición de clientes. A partir de estas prácticas se definen los medios, pues ahora es posible, inclusive, ajustarlos para que atiendan a las directrices definidas por los usuarios, es decir, por el mensaje.<sup>3</sup>

En suma: ahora los mensajes son los medios, y tal vez ésta sea la más intensa y compleja revisión de los conceptos definidos por Marshall McLuhan. Aunque esa no sea la ambición de este trabajo, su proposición es importante para al menos comprender los conceptos fundamentales a tener en cuenta en la discusión aquí presentada. Según McLuhan «las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva» (McLuhan, 1964: 7). De esa manera, entendemos los cambios, pues ahora los mensajes transforman los medios —es decir, nosotros—. Esto lo podemos percibir cuando, por ejemplo, estamos produciendo un contenido audiovisual por teléfono celular, y

3. Ver los cambios en el diseño de la interfaz de Facebook o la incorporación de cámaras frontales en los dispositivos móviles en la próxima sección.

define una manera de adoptar nuestro medio —es decir, el equipo—, pues las limitaciones impuestas por esa construcción de lenguaje tienen ese poder. De igual manera, existe la construcción mediática a través de un lenguaje transmedia, donde está definida por el mensaje una necesidad (o no) de integrar una diversidad de plataformas físicas o lenguajes (Scolari, 2013). Este autor propone que en las narrativas transmedia pueden participar todos los medios y formatos, incluso los audiovisuales en dispositivos móviles.

Pero, obviamente, esto merece un estudio más profundo. Lo que adelanto en estas líneas es que en la nueva ecología mediática debemos, incluso, volver a pensar en esto que fue el más importante concepto presentado y definido por McLuhan en un momento donde la relación entre sujeto y medio era diferente, así como las posibilidades de utilización de los dispositivos tecnológicos disponibles. Con eso, cambian algunas cosas.

## 2. La comunicación móvil en el ecosistema mediático contemporáneo

Aunque algunos investigadores presenten la comunicación móvil como algo sencillo, natural, no podemos considerarla así. El dispositivo móvil es la verdadera extensión del cuerpo del usuario, pasando a formar parte de su vida incluso por la dependencia que algunos tienen del equipo. Pero no es solamente eso. El dispositivo móvil facilita la producción mediática de los ciudadanos. Un ejemplo de esa facilidad es la utilización de equipos móviles en reuniones de familia y fiestas de cumpleaños, cuando las madres sacan tabletas de sus bolsas para hacer videos o tomar fotos de los niños. Otro ejemplo lo encontramos en los conciertos de música, cuando la gente registra vídeos y los sube a YouTube para compartir el momento de su mirada. Se trata de un concierto diferente al de los otros, es decir, al de las otras miradas.

Pero podemos ver que en algunas regiones esta actividad es más fuerte. En el continente asiático, por una cuestión de facilidad de acceso al consumo tecnológico, las personas están intensamente conectadas por los dispositivos móviles. Como comenta Goggin «la interacción de los jóvenes con otras categorías sociales y demográficas fue un *leitmotiv* de trabajo formativo, especialmente vibrante en el sector de los móviles en el Pacífico Asiático» (Goggin, 2013: 84). Eso nos presenta una **relación fuerte** frente a lo que Gillmor (2005) define



*We, the media* («nosotros, el medio»), así como a lo que sostiene Levinson (2012), al decir que vivimos en un mundo de *new new media* integrado por *new new citizens*, es decir, personas que consideran a las posibilidades tecnológicas como espacios mediáticos.

Todo esto es el resultado de una revolución no sólo tecnológica. La comunicación mediática siempre se sostuvo en la tecnología. Aunque en *Software Takes Command* Manovich (2013) sostenga que tanto el software como el hardware tienen su poder, es la sociedad la que tiene el mando en muchas otras cuestiones. Ya no somos tan receptivos cuando las empresas de tecnología nos «definen» necesidades. Ahora también exigimos desarrollos que atiendan nuestras inquietudes y necesidades. Un ejemplo de esta exigencia es la creación de cámaras frontales para que pudiéramos hacer los *selfies* con calidad. Otro ejemplo que podemos considerar es el caso de los cambios en la interfaz de Facebook. En varias ocasiones, Mark Zuckerberg y su equipo debieron volver al diseño anterior porque los usuarios rechazaron los cambios en la interfaz de la red social.

Ahora también tenemos la necesidad de contar con dispositivos que produzcan vídeos. Por esa razón, cada día un nuevo equipo surge ofreciendo, además de calidad *Full HD*, grabación de audio Dolby Stereo y fotografía 20Mp. Son necesidades realmente existentes —el audiovisual ocupa un espacio importante en la construcción mediática social— que los dispositivos móviles optimizan.

### 3. El audiovisual en la nueva ecología mediática

Los cambios en el campo de la comunicación no están limitados a un espacio macro. Eso ocurre en general, y especialmente en plataformas de lenguaje que se encuentran próximas a los procesos naturales de comunicación, como el audiovisual. Surge así una nueva ecología mediática donde las imágenes de lo cotidiano ocupan espacios comunicacionales colectivos y abiertos como los medios sociales (Levinson, 2012: 13). Esta producción audiovisual, que podemos denominar de «yo mismo», sirve para registrar los momentos personales, inclusive con un registro cercano al documental.

Pero ¿por qué documental? Aunque no sea producido con criterios artísticos o se apoye en técnicas comunicacionales y de construcción narrativa especializada, estos contenidos audiovisuales ofrecen registros auténticos, de algún modo «naturales», como propone el

documental en su esencia. Estos vídeos producidos a través de teléfonos móviles inundan Internet, ocupan un espacio cada día más «in-foxicante» por la gran cantidad de datos disponibles y, muchas veces, no interesan a nadie además que la persona que los ha producido y su entorno personal. En otros casos, lo que llega a la red es un contenido extremadamente personal y que transpone la frontera de lo íntimo, pasando a ser de conocimiento público, aunque presente problemas al autor o su protagonista.

Estos no son los contenidos audiovisuales que interesan a este estudio, aunque la relación entre usuario y dispositivo represente un cambio expresivo en la nueva ecología de los medios. Esa capacidad de construcción narrativa aprovechada por los ciudadanos es comentada por Levinson (2012) como algo común a los *new new citizens*, es decir, personas que viven en la sociedad contemporánea bajo los *new new media*. Una característica de estos ciudadanos, según Levinson, es el encanto por las narrativas audiovisuales hechas especialmente, aunque no exclusivamente, por teléfonos móviles.

Algunos teóricos prevén que en 2030 casi la totalidad del contenido mediático producido será audiovisual. Aunque sea un exageración sostener tal idea o cifra, es cierto que la sociedad tiene un aprecio especial por el lenguaje audiovisual, pues es lo que más se aproxima al lenguaje natural (Renó, 2011). De esta manera, podemos al menos aceptar parcialmente la idea de que los medios poco a poco irán ofreciendo espacio a los vídeos como complementarios o protagonistas en sus mensajes. Algunas producciones ofrecen la posibilidad de integrar vídeos en publicaciones escritas (libros digitales), como el manual *Mobile Reporting File Guide* producido por el programa de periodismo de la Berkeley University. En la versión digital y en línea de la obra podemos descubrir sus contenidos mezclados entre textos, fotos y contenidos audiovisuales, es decir, un libro-vídeo para contar algo (véase figura 1).

# Going mobile

During the Spring semester of 2012 a small group of students at the UC Berkeley Graduate School of Journalism enrolled in an eight week mobile reporting course to experiment to see how far they can go only using their wits, drive and the smartphone in their pocket.

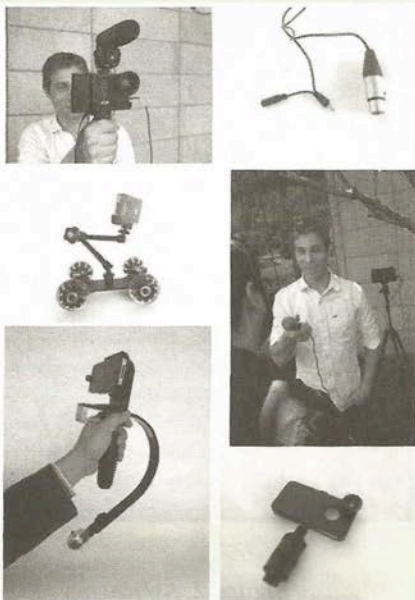


Figura 1. *Mobile Reporting File Guide* (Berkeley University).<sup>4</sup>

Otra combinación posible entre libro y vídeo está presente en el proyecto *ARART*<sup>5</sup> de los artistas japoneses Kei Shiratori, Takeshi Mukai, y Younghyo Bak. Esta aplicación le permite al usuario enfocar una imagen y convertirla en un vídeo dentro de la pantalla del dispositivo móvil ampliando de esta manera las posibilidades narrativas del contenido. El proyecto *ARART* constituye una excelente posibilidad para combinar libros impresos con la tecnología digital, pues permite partir del escaneo de imágenes estáticas en libros para que «vivan» en las pantallas de los dispositivos (actualmente solamente disponible con tecnología Apple) (véase figura 2).

4. Disponible en <http://multimediasooter.com/mobile/MobileGuide.pdf> [último acceso en 29/11/2014].

5. <http://idarchive.com/project/4108/>.



Figura 2. Aplicación ARART: al identificar la pintura de Johannes Vermeer la anima en la pantalla.<sup>6</sup>

Pero en todo el espectro de posibilidades comunicacionales donde el audiovisual ocupa espacios en la nueva ecología mediática, lo más expresivo seguramente se encuentra donde hay participación ciudadana. Podemos poner como ejemplos las protestas de la primavera árabe, que se conocieron en el mundo a partir de los vídeos producidos por los ciudadanos con ayuda de sus teléfonos móviles y publicados en YouTube, muchos de ellos incluso exhibidos por emisoras de televisión. Otro ejemplo que podemos considerar son los que fueron publicados en España durante las manifestaciones del movimiento 15M (2011) frente a las medidas de austeridad impuestas por el gobierno español o las protestas populares en Brasil (2013), donde el grupo popular conocido como Mídia NINJA<sup>7</sup> produjo relatos noticiosos desde teléfonos móviles con conexión 3G y acoplados a un ordenador portátil en una mochila (Gonçalves, Renó y Miguel, 2013). Esa conexión con el portátil garantizó una mejor duración de batería de los dispositivos móviles (véase figura 3).

6. Disponible en <http://www.arart.info/en> [último acceso en 29/11/2014].

7. La palabra NINJA en el contexto significa «Narrativas Independientes, Journalismismo e Ação».

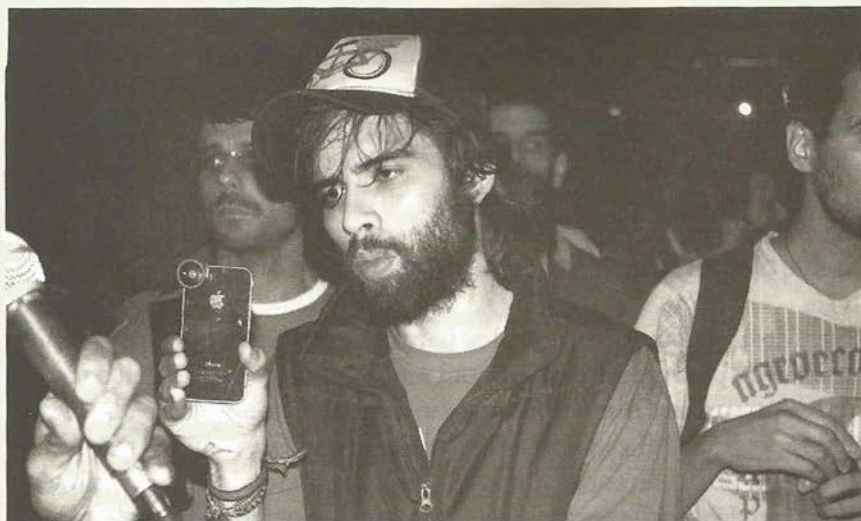


Figura 3. Registro «periodístico» producido por activista del grupo Mídia NINJA a partir de teléfono móvil conectado vía 3G a Ustream.<sup>8</sup>

Estos ejemplos apuntan a una tendencia cada vez más común: la adopción de dispositivos móviles para trabajar, visualizar o producir contenidos en la nueva ecología mediática. Adicionalmente, la academia estudia estos dispositivos como herramientas comunicacionales —véanse, por ejemplo, los estudios desarrollados en Portugal, tanto bajo el tema comunicación y sociedad (Universidad de Aveiro) como en periodismo (Universidad da Beira Interior, Covilhã)—. Ahí encontramos grupos que articulan preocupaciones específicas sobre movilidad y comunicación con investigaciones aplicadas, es decir, que integran teoría y práctica. Otra iniciativa de investigación sobre comunicación y dispositivos móviles es aquella del grupo brasileño Mobilab Research (Universidad Estadual Paulista, Bauru), que produce contenidos mediáticos para desarrollar investigaciones aplicadas sobre el tema, especialmente en el campo del audiovisual a partir de dispositivos móviles.

Tenemos que considerar que se trata de producciones con características específicas, sobre todo en los encuadres, pues la exhibición en micropantallas ofrece posibilidades visuales diferentes respecto a

8. Disponible en <http://nucleopiratining.org.br> [último acceso en 29/11/2014].

las pantallas tradicionales. Otra preocupación que debemos tener en cuenta son las posibilidades de producción desde estos dispositivos, dado que cuentan con aplicaciones diversas y periféricos que convierten a *smartphones* y tabletas en verdaderos dispositivos de registro y edición digital.

#### 4. Eco-propuestas

Para desarrollar este capítulo fueron considerados algunos experimentos de producción audiovisual en la nueva ecología de los medios que contemplan la movilidad como característica destacada. Desde 2009 —cuando, al concluir mi estudio sobre el documental interactivo (Renó, 2011), una pregunta me obsesionaba todo el tiempo: ¿cómo deberían desarrollarse las producciones audiovisuales a partir de teléfonos móviles?— mis estudios se orientaron a este tipo de producción. Esta pregunta incluye otras cuestiones científicas como la producción audiovisual en su totalidad a partir de estos dispositivos, puesto que por entonces prometían sustituir poco a poco las computadoras tradicionales. Otra cuestión que empezó a incomodarme como académico en 2004 (Renó, 2012b) era la estética, puesto que la pantalla y las limitaciones de audio podrían comprometer el formato tradicional, especialmente los encuadres, los ángulos de toma y los movimientos de cámara.

Por lo tanto, decidí producir algunas obras documentales (mi campo de actuación en el audiovisual) con dispositivos móviles, lo que me ofreció resultados significativos para la comprensión del tema. Fueron investigados no solamente la cuestión estética a partir de lo tradicional, sino también su justificación narrativa a través de su significación e interpretación.

Mi primera investigación siguió una dirección operativa, es decir, propiamente del registro. A partir del documental-cortometraje *A bola rola*<sup>9</sup> percibimos que producir un vídeo en su totalidad a partir del teléfono celular era posible, pero que algunas prácticas convencionales debían ser evitadas. Una de ellas es el encuadre lejano, pues el material producido cuenta con un campo de exhibición potencialmente pequeño si consideramos su visualización en una pantalla de

4. Disponible en <http://www.arenas.org>. Última fecha de acceso en 29/11/2014.  
5. <http://www.arenas.org> en el momento de la publicación.

9. <http://denisreno.wix.com/profile#!a-bola-rola/c1tqe>.

teléfono. Planos abiertos, como el gran plano general, debían ser soslayados o adoptados conscientemente, pues tendrían poca visualización. Los planos cerrados o los primeros planos eran los mejores, pues además de ofrecer una mejor condición de visualización presentaban mejor sonido (en otros casos convenía utilizar un micrófono modelo *boom* como auxiliar). El único problema es que cuando se incluyen dispositivos complementarios pasa a ser limitada la condición de movilidad del equipo, una característica que lo distingue en la nueva ecología mediática.

Otra limitación que fue encontrada está relacionada con los movimientos de cámara. Aunque exista la posibilidad de aproximación óptica a partir de teléfonos móviles y la calidad de grabación sea buena, al adoptar el movimiento de aproximación zoom la calidad queda comprometida y se presenta pixelada o granulada. Existen dispositivos auxiliares que ofrecen mejor calidad óptica, como lentes objetivas e incluso gran angulares, pero igual dejan el equipo en una condición diferente de lo móvil, lo portátil. Por lo tanto, lo ideal es trabajar con movimientos de aproximación a partir de lo físico, como el denominado *travelling in*, pues así se hace la aproximación físicamente.

A partir de otro experimento —la producción del documental transmedia *Galego-Português*,<sup>10</sup> creado totalmente a partir de un teléfono móvil y una tableta— descubrí otra limitación, ahora relacionada con cuestiones de calidad de imagen en ambientes cerrados y luz artificial o poca luz natural. La grabación de imágenes desde dispositivos móviles es de excelente calidad solo cuando hay luz. Si hay menos intensidad de luz las imágenes quedan granuladas. Por eso, lo ideal es trabajar o privilegiar siempre las tomas externas. También existen equipos auxiliares de iluminación artificial, pero eso obviamente limita la condición de portátil del equipo, además de acabar rápidamente con la batería del mismo.

Una limitación operacional encontrada fue la edición del vídeo. Aunque sea posible y cada día tengamos mejores aplicaciones (y más económicas) para la producción audiovisual en dispositivos móviles, sean teléfonos o tabletas, resulta complicado y al mismo tiempo inviable hacerlo desde los mismos cuando se tienen otras opciones disponibles. Por ejemplo, editar un vídeo en una pantalla tradicional utilizando el ratón resulta mucho más sencillo. Aun así, es importante

10. <http://www.denisreno.wixcom/galegoportugues>.

saber que se tiene la posibilidad de hacerlo desde una tableta o teléfono móvil.

En este sentido, los dispositivos actualmente recomendados son los que ofrecen calidad en trabajos relacionados con el vídeo. Las tareas siguen rutinas distintas, pues no cuentan con las mismas posibilidades de los programas de edición tradicionales. Además, hay cosas que no son permitidas, pero se obtienen casi todas ellas a partir de creatividad y ajustes en estos procesos. Pero, obviamente, se obtiene calidad a partir de otros dispositivos móviles en la producción audiovisual, aunque con limitaciones tanto en resultado como en posibilidades cognitivas en los procesos de producción y finalización.

El encuadre en esta nueva ecología mediática debe ser lo más cerrado posible, aproximando el contenido audiovisual al usuario, aunque la calidad de audio queda especialmente limitada en un dispositivo portátil. Además, hacer estos contenidos desde el teléfono o tableta es algo desafiante y seguramente prometedor, como sostiene Manovich (2013) a partir del papel que actualmente tiene el software. Como propone el autor, el software está en el comando. No solamente en la selección e interpretación de datos sino también en su configuración.

Con estas posibilidades reconocemos que los dispositivos móviles forman parte de manera expresiva de la nueva ecología mediática. Pero obviamente tenemos que considerar una producción con características específicas, especialmente en sus encuadres, pues la exhibición en micropantallas ofrece posibilidades visuales distintas de las pantallas tradicionales.

## 5. Conclusiones

La imagen sigue valiendo más que mil palabras, pero ahora estas imágenes deben estar disponibles en dispositivos móviles, pues de lo contrario las palabras (si están en dispositivos móviles) seguramente valen más. Las imágenes deben ser producidas para dispositivos móviles, con sus limitaciones y posibilidades; de lo contrario, no serán aprovechadas.

Mientras existan las condiciones técnicas, está claro que hay otra condición aún más importante, en cierta manera autónoma si la comparamos con otras, que es la condición que en este estudio denominamos «nueva ecología mediática». Una ecología que presenta cambios sustanciales no solamente en sus plataformas mediáticas sino también



en los consumidores mediáticos (ahora convertidos en *prosumidores*, es decir, «productores más consumidores»), cada vez más comprometidos con la participación en la construcción de mensajes.


Son sujetos que producen sus contenidos a partir de los propios dispositivos que antes fueron usados para hablar pero, con la llegada de la tecnología para la producción de fotos y vídeos (especialmente a partir del modelo de Nokia N95) y la difusión de los *smartphones* y las tabletas, pasaron no sólo a producir, sino también a distribuirlos en las redes sociales. Se trata también de cambios necesarios en los modelos de negocios de la vieja ecología de los medios, donde los conglomerados tenían un poder efectivo frente a la sociedad. Ahora los medios tradicionales tienen un menor poder, pues muchos grupos sociales crean sus espacios y redes al mismo tiempo que generan nuevos modelos de producción y circulación de contenidos.

El modelo tradicional de la comunicación emisor-mensaje-receptor ya no existe. Ahora tenemos una estructura construida a partir de emisores que intercambian mensajes todo el tiempo, en un proceso activo y dinámico de comunicación. Pero eso es un cambio no solamente en las teorías tradicionales sino en esa casi filosofía propuesta por McLuhan y por muchos otros teóricos que constituyen nuestra base del conocimiento. Es decir, se trata de una revolución del poder mediático, y en este sentido lo audiovisual está muy presente dado que, además de ser un lenguaje, es una manera de presentar testimonio sobre lo que se comunica.

Además creemos que, a partir del estudio aquí presentado, es cada vez más posible y viable la producción audiovisual a partir de dispositivos móviles. Los teléfonos móviles ofrecen cada día mejores condiciones técnicas y se desarrollan estéticas populares de producción audiovisual. Son los ciudadanos quienes se apoderaron de esta función y lo hacen bien, aunque sea para producir vídeos sobre sí mismos en el espejo del ascensor. Lo hacen, y eso es lo más importante. Como defiende Dan Gillmor (2005), nosotros somos los medios (*We, The Media*). Por eso propongo una reflexión sobre otra propuesta presentada por Marshall McLuhan (1964), para quien «el medio es el mensaje». ¿No será mejor decir que ahora, en esta nueva ecología mediática, «los mensajes son los medios», es decir, «nosotros somos los mensajes y los medios»?

## Referencias

- Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*, Gedisa, Barcelona.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Gillmor, D. (2005). *Nós somos os meios*, Presença, Lisboa.
- Goggin, G. (2013). «Youth Culture and Mobiles», en *Mobile Media & Communication*, n° 1, págs. 82-88 [<http://mmc.sagepub.com/content/1/1/83.full.pdf+html>].
- Gonçalves, E., Renó, D. y Miguel, K. (2013). «Narrativa transmídia, ativismo e os múltiplos discursos dos protestos brasileiros de 2013», en *Revista Chasqui*, n° 123, págs. 55-63.
- Levinson, P. (2012). *New New Media*, Penguin, Nueva York.
- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*, Bloomsbury Academy, Londres. Nueva York (trad. cast.: *Software toma el mando*, UOC, Barcelona, 2013).
- (2005). *El Lenguaje de los Nuevos Medios*, Paidós, Buenos Aires.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, Nueva York (trad. cast.: *Comprender los Medios de Comunicación: Las extensiones del ser humano*, Paidós, Barcelona, 2009).
- Peruzzo, C. (2005). «Observação participante e pesquisa-ação», en J. Duarte, A. Barros (eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*, Atlas, São Paulo, págs. 125-145.
- Renó, D. y Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia*, Fragua, Madrid.
- Renó, D. (2011). *Cinema documental interativo e linguagens audiovisuais participativas: como produzir*, Editorial ULL, Tenerife.
- Scolari, C.A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*, Deusto, Barcelona.
- Stumpf, I. (2005). «Pesquisa bibliográfica», en J. Duarte, A. Barros (eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*, Atlas, São Paulo, págs. 51-61.



Hada M. Sánchez Gonzales  
(Ed.)

# NUEVOS RETOS PARA EL PERIODISTA

Innovación, creación y emprendimiento



tirant  
humanidades  
comunica



+ ebook  
GRATIS

**COMITÉ CIENTÍFICO DE LA EDITORIAL TIRANT HUMANIDADES**

**MANUEL ASENSI PÉREZ**

*Catedrático de Teoría de la Literatura y de la Literatura Comparada  
Universitat de València*

**RAMÓN COTARELO**

*Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Ciencias Políticas y  
Sociología de la Universidad Nacional de Educación a Distancia*

**M<sup>a</sup> TERESA ECHENIQUE ELIZONDO**

*Catedrática de Lengua Española  
Universitat de València*

**JUAN MANUEL FERNÁNDEZ SORIA**

*Catedrático de Teoría e Historia de la Educación  
Universitat de València*

**PABLO OÑATE RUBALCABA**

*Catedrático de Ciencia Política y de la Administración  
Universitat de València*

**JOAN ROMERO**

*Catedrático de Geografía Humana  
Universitat de València*

**JUAN JOSÉ TAMAYO**

*Director de la Cátedra de Teología y Ciencias de las Religiones  
Universidad Carlos III de Madrid*

Procedimiento de selección de originales, ver página web:

[www.tirant.net/index.php/editorial/procedimiento-de-seleccion-de-originales](http://www.tirant.net/index.php/editorial/procedimiento-de-seleccion-de-originales)

# **NUEVOS RETOS PARA EL PERIODISTA**

**Innovación, creación y emprendimiento**

**HADA M. SÁNCHEZ GONZALES**

(Ed.)

**tirant humanidades**

Valencia, 2016

Copyright © 2016

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de los autores y del editor.

En caso de erratas y actualizaciones, la Editorial Tirant Humanidades publicará la pertinente corrección en la página web [www.tirant.com](http://www.tirant.com).

© Hada M. Sánchez Gonzales y otros

- TIRANT HUMANIDADES  
EDITA: TIRANT HUMANIDADES  
C/ Artes Gráficas, 14 - 46010 - Valencia  
TELEF.: 96/361 00 48 - 50  
FAX: 96/369 41 51  
Email: [tlb@tirant.com](mailto:tlb@tirant.com)  
[www.tirant.com](http://www.tirant.com)  
Librería virtual: [www.tirant.es](http://www.tirant.es)  
DEPÓSITO LEGAL: V-1401-2016  
ISBN: 978-84-16556-15-1  
IMPRIME Y MAQUETA: Tink Factoría de Color

Si tiene alguna queja o sugerencia, envíenos un mail a: [atencioncliente@tirant.com](mailto:atencioncliente@tirant.com). En caso de no ser atendida su sugerencia, por favor, lea en [www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa](http://www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa) nuestro Procedimiento de quejas.

# Índice

## Introducción

<b>¿NUEVOS MEDIOS, NUEVAS NARRATIVAS? EL PERIODISTA Y LA CONECTIVIDAD EMOCIONAL CON LA AUDIENCIA .....</b>	<b>11</b>
--	-----------

*New media, new narrative? The journalist and the emotional connectivity with the audience*

Hada M. Sánchez Gonzales

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>16</b>
--	-----------

## **ENTRE LA INCERTIDUMBRE Y LA EXPERIMENTACIÓN: NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO DEL PERIODISMO EN EL ENTORNO DIGITAL**

*Between uncertainty and experimentation: new business models of journalism in the digital environment*

Andreu Casero-Ripollés

<b>1. INTRODUCCIÓN: ¿UN PERIODISMO QUE SE DESVANECE?.....</b>	<b>18</b>
---	-----------

<b>2. EL REINADO DE LA INCERTIDUMBRE: EL AGOTAMIENTO DEL MODELO DE NEGOCIO TRADICIONAL DEL PERIODISMO .....</b>	<b>20</b>
---	-----------

2.1. La venta del producto .....	21
----------------------------------	----

2.2. Los ingresos publicitarios .....	26
---------------------------------------	----

2.3. Los resultados económicos de las empresas periodísticas .....	29
--	----

<b>3. LA EMERGENCIA DE LA EXPERIMENTACIÓN: A LA BÚSQUEDA DE NUEVAS FÓRMULAS Y MODELOS DE NEGOCIO EN EL CONTEXTO DIGITAL ...</b>	<b>31</b>
---	-----------

3.1. La irrupción del periodismo emprendedor.....	31
---	----

3.2. El auge de la innovación en el periodismo .....	34
--	----

<b>4. CONCLUSIONES: LA EXPERIMENTACIÓN CONSTANTE O EL DESIERTO DE LAS NOTICIAS .....</b>	<b>38</b>
--	-----------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>40</b>
--	-----------

## **LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD DIGITAL DEL PERIODISTA**

*The importance of the journalist's digital identity*

Marga Cabrera Méndez, Nuria Lloret Romero y Rebeca Díez Somavilla

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>44</b>
------------------------------	-----------

<b>2. CONSTRUIR UNA IDENTIDAD DIGITAL QUE NOS DIFERENCIE EN LA RED .....</b>	<b>47</b>
--	-----------

2.1. Qué dice de ti internet.....	48
-----------------------------------	----

2.2. La imagen personal .....	49
-------------------------------	----

2.3. De quien te rodeas te define.....	52
2.4. Los contenidos que identifican la marca personal.....	53
2.5. Curación de contenidos.....	55
2.6. Redes que posicionan.....	57
2.7. Herramientas que ayudan.....	57
2.8. Trabajo de <i>networking</i> .....	59
3. CONCLUSIONES.....	60
RREFERENCIAS BILIOGRÁFICAS.....	61

## REGULARIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA Y PERFILES PROFESIONALES: MEDIOS SOCIALES Y CONECTIVIDAD 2.0 CON LA AUDIENCIA

*Regularization of journalism and professional profiles: social media and connectivity 2.0 with the audience*

Hada M. Sánchez Gonzales

1. INTRODUCCIÓN.....	64
2. REGULARIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA.....	66
2.1. Casos sobre el uso de las redes sociales por parte de los periodistas.....	68
2.1.1. EL CASO DE NATIONAL GEOGRAPHIC Y EL PERIODISTA MILANEZ.....	68
2.1.2. EL CASO DE CNN Y LA PERIODISTA NASR.....	70
2.1.3. EL CASO DEL GRUPO FOLHA Y LOS PERIODISTAS DUARTE Y ROCHA.....	71
2.1.4. EL CASO DE REUTERS Y LA PERIODISTA ZABARENKO.....	73
2.2. Guías elaboradas por las empresas informativas: El caso de TVE y BBC.....	74
3. PERFILES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES.....	78
3.1. Responsable o gestor de comunidad.....	80
3.1.1. ERRORES DE LOS <i>COMMUNITY MANAGER</i> .....	81
3.1.1.1. EL CASO DE RTVE.....	81
3.1.1.2. EL CASO DE LA CADENA COPE.....	82
3.2. <i>Editor de social media</i> .....	83
3.3. Director de redes sociales.....	85
3.4. Periodista móvil.....	87
3.5. <i>Data delivery editor</i> .....	90
3.6. Periodista emprendedor.....	92
4. CONCLUSIONES.....	94
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	95



## OPORTUNIDADES CON LAS NUEVAS NARRATIVAS TRANSMEDIA EN EL PERIODISMO

*Opportunities with new transmedia storytelling in journalism*

Denis Renó

1. INTRODUCCIÓN.....	100
2. DEFINICIONES FUNDAMENTALES.....	102
2.1. Hipermedia .....	102
2.2. ¿Crossmedia o transmedia? .....	104
3. EL PERIODISMO DENTRO DEL ESCENARIO TRANSMEDIÁTICO.....	108
4. INNOVACIONES EN LA NUEVA ECOLOGÍA PERIODÍSTICA .....	112
5. CONCLUSIONES .....	120
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121

## PROCESOS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN EL PERIODISMO RADIOFÓNICO Y AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: CASOS DE ÉXITO

*Innovation and entrepreneurship processes in radio and audiovisual journalism in Spain: successful case studies*

José A. García Avilés

1. INNOVACIÓN EN LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA EN LA SOCIEDAD RED	124
2. LA TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR AUDIOVISUAL Y RADIOFÓNICO EN INTERNET .....	127
3. ANÁLISIS DE CASOS .....	129
3.1. Carne Cruda, la “república independiente de la radio” .....	130
3.2. El Extrarradio, “periodismo radiofónico cocinado a fuego lento”	133
3.3. El Lab de RTVE, “embajadores de la innovación audiovisual” ....	137
3.4. 93 metros, una mirada distinta sobre historias que importan...	139
4. CONCLUSIONES: ALGUNAS CLAVES DEL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN AUDIOVISUAL .....	143
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	145

## EL FUTURO DEL PERIODISMO ESTÁ EN EL ECOSISTEMA MÓVIL

*The future of journalism is in the mobile ecosystem*

João Canavilhas, Ivan Satuf y Alciane Baccin

1. INTRODUCCIÓN ¿CRISIS U OPORTUNIDAD? .....	150
2. DEL MASIVO A LA “MASA DE NICHOS” .....	151
3. PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE NOTICIAS SOBRE LA MARCHA.....	155
3.1. MoJo: del “periodismo de mochila” al “periodismo de bolsillo”.	155

# OPORTUNIDADES CON LAS NUEVAS NARRATIVAS TRANSMEDIA EN EL PERIODISMO

## *Opportunities with new transmedia storytelling in journalism*

Denis Renó

Universidad Estadual Paulista-UNESP (Brasil)

---

### SUMARIO

Los estudiosos de la comunicación presencian en la actualidad cambios significativos, especialmente a partir del advenimiento de la web 2.0, momento en el cual nuevos lenguajes empezaron a observarse en la ecología mediática. Podemos identificar el surgimiento de la narrativa transmedia como uno de los cambios más relevantes, no solo porque la base de su desarrollo está en la sociedad, sino también porque presenta un desafío particular a los comunicadores, en especial a los periodistas.

Estas nuevas narrativas representan, seguramente, cambios expresivos en la labor periodística, pero también ofrecen oportunidades de trabajo, especialmente a los periodistas que buscan o están dispuestos a hacer una inmersión tecnológica y de lenguaje en las *narrativas transmedia*, teniendo en cuenta la necesidad de considerar los lectores como coautores de los contenidos producidos. Además de eso, es fundamental que estos periodistas estén dispuestos a aprender a producir noticias con los principios del periodismo transmedia (Renó y Flores, 2012), teniendo, especialmente en cuenta el video como apropiada plataforma de lenguaje al nuevo formato aquí presentado. Otra importante condición es que el periodismo a partir de ahí ofrezca más profundidad al acontecimiento, además de soportarse en un periodismo desarrollado a partir del cruce de datos y pueda aprovechar el Big Data como fuente de información, como presentado en el estudio (figuras 6 a 13), donde algoritmos fueron desarrollados para auxiliar en la búsqueda por informaciones.

El capítulo presenta un debate sobre conceptos referentes al periodismo transmedia y una exposición de oportunidades existentes en el campo, desde la observación del escenario periodístico surgido a partir del *transmedia storytelling*. El texto actualiza una investigación desarrollada por el autor en 2012 (pionera en Iberoamérica). Esta actualización se hace necesaria debido a los cambios y obsolescencias acarreadas por las nuevas características del campo de la tecnología digital.

**Palabras clave:** comunicación, periodismo, periodismo transmedia y nueva ecología de los medios.

## SUMMARY

The communication scholars today witnessing significant changes, especially since the advent of Web 2.0, at which new languages began to be seen in the media ecology. We can identify the emergence of transmedia storytelling as one of the most important changes; not only because the basis of its development is in society, but also because it presents a particular challenge to the journalists, especially journalists.

These new narratives represent surely expressive changes in the journalistic work, but also offer job opportunities, especially journalists who seek or are willing to make a technological and language immersion in transmedia narratives, taking into account the need to consider readers as co-authors of the work done. Moreover, it is essential that these journalists are willing to learn to produce news with the principles of transmedia journalism (Reno and Flores, 2012), having, especially considering video as appropriate platform language to the new format presented here. Another important condition is that journalism from there provide more depth to the event, well supported in journalism developed from the intersection of data and can take advantage of Big Data as a source of information, as presented in the study (Figures 6 to 13), where algorithms were developed to assist in the search for information.

The chapter presents a discussion of concepts related to transmedia journalism and an exhibition of existing opportunities in the field, from observing the journalistic scene emerged from transmedia storytelling. The text updated research conducted by the author in 2012 (pioneer in Latin America). This update is necessary due to the changes and obsolescence brought about by the new features in the field of digital technology.

**Keywords:** communication, journalism, transmedia journalism, new media ecology.

## 1. INTRODUCCIÓN

El periodismo vive cambios sustanciales desde el surgimiento de las nuevas posibilidades resultantes de la web 2.0, en la cual complejas narrativas, amplios sistemas de circulación de contenidos y la retroalimentación pasaron a formar parte de los procesos mediáticos. Entre dichos cambios destacamos el desarrollo de un nuevo lenguaje, bautizado como narrativa transmedia, que ofrece posibilidades de navegación entre contenidos independientes, aunque relacionados y complementarios entre sí, además de una infinidad de posibilidades de retroalimentación y participación por parte del usuario. En la práctica, esto constituye un desafío para el periodismo, acostumbrado al uso de lenguajes y narrativas tradicionales a la hora de construir los relatos noticiosos. Sin embargo, superar la tradición y descubrir nuevas formas de comunicación es el requisito para que esta actividad sobreviva y es también la oportunidad de una nueva definición profesional, lo cual, a su vez, abre nuevas opciones para quien busca un espacio en el terreno de la producción de noticias.

Pero sin duda estos cambios también ofrecen oportunidades de innovación y reinención de la profesión. Las universidades continuamente introducen cambios en sus proyectos pedagógicos para responder a las expectativas de la realidad profesional del periodismo; desde cambios de syllabus hasta la inserción de profesionales de la tecnología para la enseñanza del periodismo. El motivo de estos cambios es que ahora no basta con conocer las técnicas de producción de las noticias, sino que también se requiere pericia en el campo tecnológico, especialmente para atender a una demanda en el campo del periodismo de datos a partir del *Big Data*, empleando técnicas de creación de algoritmos en colaboración con la investigación periodística. Para ello, universidades como Stanford o Columbia (EEUU) han creado asignaturas específicas sobre dicha temática para sus carreras de periodismo. Además, gran parte de los medios estadounidenses prefieren contratar profesionales que dominen estas nuevas técnicas, dejando de contratar periodistas que solamente manejen las habilidades tradicionales. Es el momento del periodista multiplataforma e interdisciplinario y estas transformaciones están directamente relacionados con la nueva realidad periodística, en la cual la narrativa transmedia ocupa un espacio privilegiado.

Otro importante cambio se relaciona con el modo de producción de contenidos, que antes dependía de las redacciones físicas y en la actualidad se lleva a la práctica sobre la base de espacios y dispositivos móviles. La arquitectura de la movilidad ha modificado totalmente la filosofía del periodismo moderno, que por años había asumido una posición distante de la sociedad y del calor de la noticia, pero ahora vuelve a la calle gracias a las condiciones tecnológicas ofrecidas por los dispositivos móviles. Ello es parte de un cambio social adecuadamente comprendido por Marc Augé (2007), quien considera la sociedad contemporánea como un grupo de personas con "filosofías móviles". Seguramente, estos cambios pueden ser aprovechados como brechas para la inserción en el mercado —o en el negocio— de la información periodística.

El presente capítulo ofrece no solamente un recorrido histórico y definiciones sobre el periodismo transmedia, sino también una propuesta de debate sobre sus similitudes con respecto a otros temas cercanos, como hipermedia, multimedia o *cross-media*, para acabar con las confusiones entre estos términos, parecidos y relacionados, pero distintos. También se pretende, a partir del desarrollo del capítulo, proponer discusiones y pistas para el periodista emprendedor, que pasa por transformaciones importantes, seguramente positivas. Las pistas son, específicamente, las posibilidades narrativas disponibles para desarrollo en los medios, muchos de estos lejanos de la narrativa transmedia, actualmente. En este sentido, se interpermea

el momento vigente como un escenario de ampliación de oportunidades, distintos del caos que visualizan los periodistas más conservadores, especialmente si consideramos los cambios en las relaciones de poder mediático, donde ya no es fundamental la estructura física y/o económica para obtener un *rating* o influencia en la construcción de opinión pública. Solo necesitamos calidad en los contenidos y las interfaces, además de persistencia y una estrategia de difusión, aunque gran parte del trabajo sea realizado por los lectores.

La metodología adoptada para el desarrollo del estudio será la investigación bibliográfica y documental como base, siguiendo con el estudio de caso múltiple, que estimamos es una metodología apropiada para los estudios sobre periodismo. A partir de esas informaciones será posible realizar una guía de trabajo, un *check list* para que los lectores interesados en llevar a cabo actividades periodísticas a partir de la narrativa transmedia puedan adoptarla y desarrollar sus propios modelos de negocio.

## 2. DEFINICIONES FUNDAMENTALES

Debatir sobre algunos términos antes de pensar en las oportunidades que se abren en la nueva ecología mediática es un imperativo, especialmente porque se trata de definiciones que todavía están en desarrollo y necesitan mayor difusión. Además, hay controversias entre algunas de ellas y, por lo tanto, es fundamental posicionarse en el texto que aquí presentamos frente al debate vigente en la academia y en el mercado, especialmente porque este último se ha aproximado a los estudios teóricos para intentar comprender lo que pasa en el mundo de la comunicación contemporánea.

### 2.1. Hipermedia

En los estudios sobre la comunicación contemporánea, uno de los temas más discutidos y, por consiguiente, rechazados o no adoptados es el término hipermedia, ya sea en español, en portugués de Portugal o Brasil o en inglés. En realidad, aunque se trate de un término contemporáneo y fácilmente comprensible frente a otros casos, el concepto hipermedia se suele considerar de manera equivocada como un sinónimo de multimedia (*multimédia* en Portugal; *multimídia* en Brasil y *multimedia* en inglés). Sin embargo, hay diferencias básicas entre los dos términos, como nos indica George Landow (2009).

Según este autor, que ha creado el término hipermedia a partir del concepto de hipertexto presentado por Ted Nelson (Landow, 2009), los dos son multiplataformas y presentan contenidos conectados por enlaces, que construyen un contenido digitalmente expandido. De hecho, las dos cosas son parecidas, pero distintas en su esencia. Para Landow, la gran diferencia está en los procesos de producción, es decir, en su creación, y sostiene la propuesta de que la construcción de un contenido multimedia se hace a partir de dispositivos y plataformas analógicas, físicas; mientras en el hipermedia se hace a partir de dispositivos y plataformas digitales, es decir, la selección, la profundización y la posibilidad de equivocarse y evaluar los resultados casi en tiempo real dan origen a nuevos procesos, que el productor debe asumir.

Dicho de manera sencilla, Landow (2009) identifica hipermedia como un producto del hipertexto (que puede conseguirse también en plataformas analógicas) y que asume el papel de un ejercicio para la mente a partir de la conexión de nudos neuronales entre discursos textuales, sonoros, audiovisuales, por medio imágenes y otros recursos, como animación, infografías, cómics, etc. Lo raro es que diversos autores se refieren a ese fenómeno con la expresión multimedia, tal vez porque desconocen o no reconocen la propuesta de Landow, a pesar de que en este tema el tiene a su haber estudios consolidados y —lo mas importante— de alto rigor académico. En cambio, hay autores que asumen la idea de Landow de una manera clásica, como Tony Feldman (1995, 48), para quien el hipermedia es “la integración sin suturas de datos, textos, imágenes de todo tipo y sonidos dentro de un ambiente de información”. Otro investigador que comparte la idea de Landow es Paul Levinson (2012). Según este autor, el hipermedia es una estructura comunicacional que se aproxima a los sueños, o al pensamiento, es decir, multiplataforma y conectada por nudos neuronales. Obviamente, Levinson no está pensando en un proceso de producción analógica o digital, pues los sueños no son producidos por nadie. El brasileño Vicente Gosciola (2008) está entre quienes ayudan a consolidar la idea de Landow de manera eficaz. Preocupado por comprender el tema para, a partir de allí, proponer la construcción de guiones para los nuevos medios (que ya no son precisamente nuevos, sino simplemente vigentes), Gosciola ha estudiado en profundidad los conceptos y propone que hipermedia es:

(...) el conjunto de medios que permite el acceso simultáneo a textos, imágenes y sonidos de modo interactivo y no lineal, posibilitando hacer enlaces entre elementos del medio, controlar la propia navegación y, además, extraer textos, imágenes y sonidos cuya secuencia constituirá una versión personal desarrollada por el usuario. (Gosciola, 2008, 34).

Otra propuesta de comprensión del tema hipermedia resulta del estudio desarrollado por Carlos Scolari (2008), quien presenta la etimología de la palabra. Partiendo del híper, derivado del griego (*hyper*), el concepto desemboca en algo más amplio que el multimedia; es decir, se trata de un hipertexto adicionado al multimedia. Compartimos todas estas definiciones y añadimos en este trabajo la idea de que ahora tenemos procesos más digitales, es decir, "digimóviles", a partir de construcciones realizadas mediante la tecnología digital disponible. Un formato que se reconstruye a partir de procesos de cognición mental.

## 2.2. ¿Crossmedia o transmedia?

Otro paso fundamental a la hora de empezar a comprender el escenario actual consiste en observar las diferencias entre *crossmedia* y *transmedia*. Aunque suenan parecidos, no son lo mismo, como proponen algunos teóricos. Hay estudiosos sobre el tema que en el pasado han planteado que se trata de expresiones sinónimas, pero han cambiado de opinión tras entender sus diferencias. Lo cual demuestra que sobre el tema todavía hay mucho que debatir.

*Crossmedia* es una estrategia de uso del lenguaje, que consiste en la comunicación de un mismo mensaje a través de diversas plataformas; es decir, se trata de una repetición. En este sentido, podemos considerar el periodismo tradicional como *crossmedia*, lo que quiere decir que las noticias se repiten en diferentes medios, ya sea que empleen o no una misma plataforma. En otras palabras, se trata de un escenario resultante de la *agenda setting*. Ese punto de vista se difunde por primera vez en un texto de Henry Jenkins (2001), para quien se debe tener cuidado precisamente en cuanto a no confundir los dos términos. Denis Renó y Jesús Flores (2012), en uno de los estudios pioneros sobre el tema específico de la narrativa transmedia y/o el periodismo transmedia, declaran que existen visibles diferencias conceptuales entre las dos cosas. Lo mismo apunta Vicente Gosciola (2012), quien esclarece que *crossmedia* es una estrategia de lenguaje muy frecuentemente adoptada por el marketing, que busca fijar en la sociedad un deseo, concepto o una idea.

Transmedia es un lenguaje contemporáneo, que se materializa, según Renó y Flores (2012), en la sociedad a partir de procesos y ambientes interactivos, que tienen como característica la difusión de mensajes distintos, en plataformas diferentes y por medios sociales o ambientes facilitadores de retroalimentación mediante dispositivos móviles. El mismo concepto es presentado por Gosciola (2012) como una historia construida a partir de

diversas partes y compartida en diferentes medios, exactamente aquellos que mejor puedan colaborar con los resultados esperados.

Sin embargo, en la ciencia no hay verdades absolutas, especialmente cuando lo que se estudia es un problema contemporáneo, en proceso de cambios y consolidaciones. Además, se hace mucho más sencillo asumir que estos conceptos son sinónimos, para no tener que separarlos cuando sea necesario, aunque ello no debería ser justificación para el equívoco. Andreas Veglis (2012) considera que *crossmedia* es "la producción de cualquier contenido (noticias, música, texto o imágenes) por más de una plataforma mediática (por ejemplo, revista, web y TV), sea o no el mismo mensaje". Otro trabajo que identifica *crossmedia* y transmedia como sinónimos es de autoría de Indrek Ibrus y Carlos Scolari (2012), según se declara en la introducción de la obra. Sin embargo, Scolari (2013) manifiesta al año siguiente (pero en otra publicación) las diferencias entre uno y otro término. En este libro, el autor entrevista a Jenkins (ya en el primer párrafo) y a partir de ahí empieza a apuntar de manera discreta las diferencias entre los dos conceptos.

Jenkins (2009) no ha vuelto a citar las diferencias, pues para él las confusiones han dejado de existir. De hecho, estas confusiones son menos frecuentes, pero con el aumento de la adopción del término algunos investigadores han pasado a caracterizarlo todo o cualquier cosa como transmedia, aunque se trate de *crossmedia*, tal vez por incompreensión de las diferencias (o desconocimiento). En un congreso internacional de estudios de las narrativas audiovisuales, organizado por la Universidad de Málaga (España) en el año 2012, Lorenzo Vilches, investigador chileno, radicado en España, comentaba en una conversación informal que "ahora todo es transmedia y, si todo pasa a ser transmedia, nada será transmedia". En realidad, el autor está en lo correcto en las conclusiones, pues si no hay distinción tampoco hay existencia. Son las diferencias las que nos posicionan frente al otro. Pero, ¿qué viene a ser el periodismo transmedia? Eso se debatirá más adelante, pero de momento es fundamental reconocer la existencia de diferencias para, a partir de allí, comprender las similitudes.

Si seguimos en el campo de las definiciones complejas o poco conocidas, encontramos el término *gamificación*, que, aunque se adopte frecuentemente por los medios de comunicación contemporáneos, todavía es escasamente comprendido. Con ese fin, debemos primero asumir el juego (o sea, *game*, palabra anglosajona que da origen al término) como una estructura narrativa para utilizaciones diversas y, a partir de ahí, analizar el significado de gamificación, traducido al castellano a partir de la palabra *gamification*.



Según Renó, Américo y Navari (2014), la comprensión del término gamificación es compleja, pues existen diversas definiciones, además de aplicaciones en campos distintos. Se adopta por primera vez en 2003 por el investigador y *gamer* británico Nick Pelling, mientras desarrolla interfaces para juegos para dispositivos electrónicos. Un año después, Deterting et al (Renó, Américo y Navari, 2014) proponían como definición un contenido que adopta el uso de elementos del diseño de juegos en contexto de no juego; es decir, el entretenimiento a partir de estructuras no lineales, de manera animada, ofrece juegos para espacios normalmente ajenos al entretenimiento. Entre estos espacios podemos destacar la educación, la publicidad y el periodismo. Otro año más, Werbach y Hunter (Renó, Américo y Navari, 2014) volvían a citar el concepto de manera muy parecida, insertando en su texto la idea de “elementos de juegos y técnicas de *design*”. Los autores también definen elementos fundamentales para sustentar la gamificación:

La gamificación presenta tres importantes elementos. Son ellos: (1) *game elements* (elementos de juegos); (2) *game design techniques* (técnicas del diseño de juegos) y, por último, (3) *non-game context* (contexto de no juego) (Renó, Américo y Navari, 2014, 16).

Entre los ejemplos de gamificación, destaco el especial producido por The New York Times para el mundial de fútbol de Brasil. El especial, denominado *Spot the ball*, tenía como llamada de interés un juego que consistía en descubrir donde estaba la pelota en el goal, puesto que la pelota estaba borrada del imagen. A partir de eso, el lector puede leer o no sobre el partido de futbol, ofrecido en diversos lenguajes, como se puede ver en las figuras abajo.

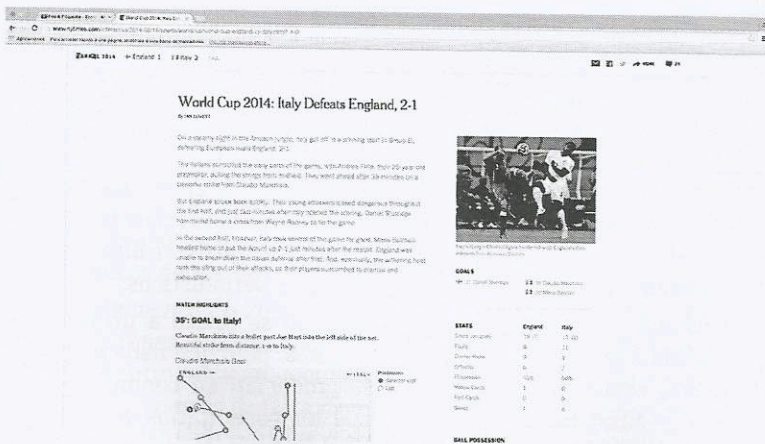
Figura 1: *Spot the ball*, sin la pelota en la foto



Figura 2: Después de arriesgarse en descubrir donde debería estar la pelota en la foto de *Spot the ball*



Figura 3: Manhattan al fondo parcialmente sin luz (información publicada por Reeve Jolliffe)



La gamificación está recibiendo una especial visibilidad actualmente. Sin embargo, no es algo nuevo, pues hay ejemplos de procesos gamificados en la construcción de noticia, como muestran Renó, Américo y Navari (2014, 16), cuando presentan una experiencia realizada en la década de 1970 en los periódicos británicos. En todo caso, el fenómeno obviamente se potencia en la actualidad, gracias a las tecnologías digitales.

Con la explicación de estos términos reunimos ya las condiciones para emprender el debate sobre periodismo transmedia, ofreciendo ahora directrices e informaciones necesarias para una reflexión acerca de esta actividad en una sociedad cada día más conectada y participativa.

### 3. EL PERIODISMO DENTRO DEL ESCENARIO TRANSMEDIÁTICO

En los inicios de los estudios sobre narrativa transmedia (Renó y Flores, 2012) las miradas se concentraban en la ficción, con la publicidad en segundo lugar. Pasado el tiempo, el sector de la educación empezó a interesarse por estos estudios, especialmente porque se hacía necesario comprender los lenguajes contemporáneos para poder dialogar con los estudiantes. Pero mientras se desarrollaban investigaciones en estos campos, el periodismo pasaba inadvertido en el proceso, en parte por culpa de los medios periodísticos, pero también de los propios periodistas, acostumbrados al poder mediático y a la capacidad de construcción de mensajes y de influencia en la opinión pública. La pérdida del control de estos procesos representaba un problema a quienes conocían el tema. Además, el desarrollo de nuevas actividades profesionales implicaba un coste para los medios que ellos no estaban interesados en asumir.

Con los años, el escenario sociomediático pasó por cambios relevantes, especialmente en lo que se refiere al flujo de información y a los procesos de retroalimentación/participación. Además, con el surgimiento de tecnologías navegables e interfaces táctiles amigables, ha ganado fuerza el interés del usuario (antes receptor) por la navegación en distintas plataformas de mensajes. Se ha tornado necesaria la construcción de contenidos multilingüe con posibilidades de interactividad, retroalimentación y circulación en medios sociales. Con todo esto, explorar las *narrativas transmedia* se ha transformado en algo ineludible para los medios periodísticos.

Sin embargo, en sus inicios la exploración se limitó a un maquillaje, que permitiría a los usuarios sentirse coautores, pero que nada nuevo aportaba. O bien, estas nuevas narrativas se producían en condiciones de un importante —aunque oculto— control de los comentarios y de los flujos de información. Además, las narrativas producidas en los medios sociales se utilizaban solo para repetir lo que se publicaba en los medios tradicionales; es decir, las cuentas de una gran parte de los medios servían solamente para difundir los titulares de las noticias, en algunos casos incluso sin enlace a la página web del medio.

Obviamente, esto no podía durar mucho. Entonces comenzaron las reformulaciones en las redacciones. Primero se contrataron profesionales perio-

distas capacitados para producir en diversas plataformas de lenguaje (texto, foto, vídeo, audio), pues ellos deberían desarrollar una diversidad de contenidos que ofrecer al público. Enseguida, los medios pasaron a prescindir de aquellos periodistas que no conseguían adaptarse a la nueva realidad. Finalmente, empezaron a crear espacios en los cuales los contenidos multilingüaje componían una narrativa amplia. Otro fenómeno experimentado fue la producción de infografías animadas y, muy recientemente, el desarrollo de contenidos gamificados y cómics noticiosos. A partir de ahí, el periodismo contemporáneo se ha aproximado a lo que podría venir a ser la construcción de contenidos de realidad por medio de estructuras transmedia.

Un aspecto que ha cambiado sustancialmente es la aceptación de los medios sociales como fuentes; es decir, los ciudadanos han pasado a conceder entrevistas a partir de sus espacios sociales y los créditos respectivos acompañan dichas informaciones (por ejemplo, “según @denisreno”, adoptando mi nombre en Twitter para firmar la información que yo tendría pasado para el periodista. De esa manera, yo seré una fuente con mi nombre virtual del medio social), como ocurrió a fines de agosto de 2012 en Estados Unidos durante el paso del huracán Issac, en Florida. En esa ocasión, los periodistas —incluso debido a las dificultades de acceso al lugar de la noticia— hacían entrevistas a través de sus cuentas personales de Twitter o Facebook. A partir de esa experiencia, algunos periodistas pasaron a definir esa recolección de informaciones como periodismo híbrido, por la mezcla de actividades y procedimientos en la búsqueda de la información, como propone la periodista Gina Masullo Chen en un texto publicado en Nieman Lab. De acuerdo con Chen (2012, web), “la mezcla de medios me ofreció —a quien acababa de mudarse de un país de huracanes tres semanas antes de la tormenta— una experiencia multimedia, que yo llamaría incomparable con las viejas épocas de medios impresos, televisión y radio”.

En otro momento de 2012, también en los Estados Unidos, el periódico *The New York Times* creó una página web específica que cubrió la destrucción provocada por otro huracán —el Sandy—, que dejó Nueva York y Nueva Jersey sin accesos, además de falta de energía y de comunicación convencional. Para superar la falta de noticias, debida a problemas de accesibilidad, el periódico construyó un mapa interactivo con los contenidos publicados por los ciudadanos a partir de sus dispositivos móviles y de la tecnología *Foursquare*, con el objetivo de descubrir si la localización y el registro eran realmente los que declaraban los usuarios. De esa manera se elaboró un mapa de Manhattan y la región, que registraba los puntos clave y las imágenes aportadas por los ciudadanos. Fue otro paso adelante para la construcción de la noticia a partir de medios sociales y de la participación ciudadana.

La página, bautizada como *A Map of Readers' Photos of Hurricane Sandy*<sup>1</sup>, se publicó como parte de otras informaciones complementarias, como mapas interactivos sobre la condición climática de la región, la trayectoria del huracán Sandy por los Estados Unidos, etc. Sin embargo, la publicación con mayor audiencia fue la de fotos, que ofreció un registro visual por parte de los ciudadanos, ampliando de manera viral la circulación del contenido.

Figura 4: Manhattan al fondo parcialmente sin luz (información publicada por Reeve Jolliffe)

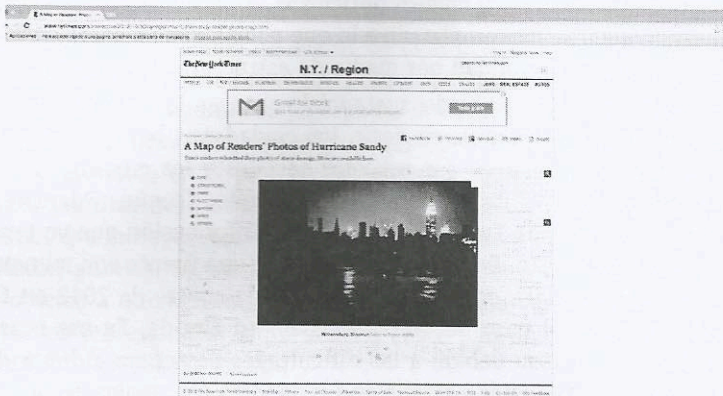
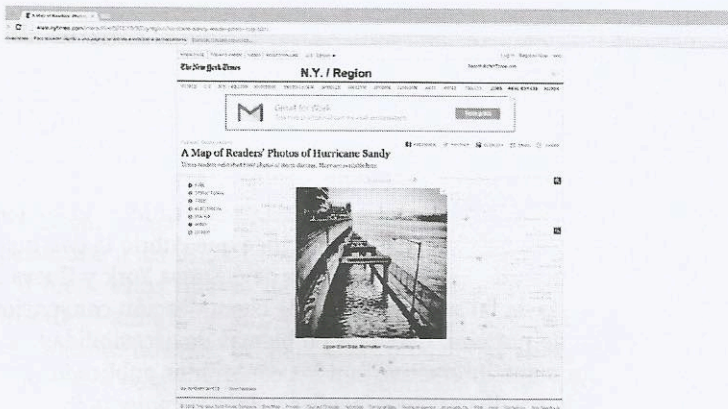


Figura 5: El agua sobre la calle, en Manhattan (información publicada por Kelsey G.)



<sup>1</sup> La página fue producida en conjunto con tecnología *Foursquare*. Disponible en <http://www.nytimes.com/interactive/2012/10/30/nyregion/hurricane-sandy-reader-photo-map.html>. Accedido en 19/02/2015.

Según Luciano Costa, periodista y columnista del portal *Observatório da Imprensa*<sup>2</sup>, la noticia no está mas en las manos de la empresas de periodismo. Para Costa (2014, web), “el dominio de empresas de tecnología en la producción y distribución de contenido informativo y de opinión está creando una nueva esfera pública, cuyos controladores no están preocupados con la transparencia y ética”. Sin embargo, es importante cuestionarse si las empresas de periodismo están preocupadas acerca de la transparencia y la ética, teniendo en cuenta algunos ejemplos recientes del periodismo brasileño (entrevista con la presidente Dilma Rousseff en las elecciones presidenciales de 2014 por el noticiero *Jornal Nacional*; o la revista *Veja*, edición 2397 de 24 de octubre de 2014, entre otros casos).

El miedo manifestado en el artículo de Costa se refiere a la decisión sobre lo que es o no es noticia, así como la manera como ella debe ser destacada, todo a partir de conceptos de algoritmo. De hecho, tanto Costa como los autores a los que el mismo se refiere en el artículo se equivocan al pensar que la propuesta de contratar profesionales de tecnología de la información en las redacciones está limitada a la creación de algoritmos capaces de escoger y destacar noticias, sin considerar que estos profesionales pueden actuar en conjunto con periodistas, pues están preparados para colaborar con la selección y análisis de lo que es noticia y aquello que no lo es. Se trata de un trabajo colectivo, en el que cada uno hace lo que mejor sabe hacer, a partir de su formación. Esa colaboración laboral es destacada en otros campos profesionales, como la medicina.

El periodismo, por su importancia social, se beneficiará ampliamente con esa inevitable unión, especialmente en una sociedad que ofrece informaciones en diversos espacios, como los medios sociales, y las comparte con sus entornos personales. Como sea, hoy en día la existencia del periodismo transmedia es una realidad. Se han llevado a cabo exitosas experiencias en diversos medios, que han buscado ampliar y/o mantener su audiencia frente a los cambios de circulación y consumo de información.

---

<sup>2</sup> *Observatório da Imprensa* es un importante espacio mediático brasileño que debate sobre el periodismo en si. Es una referencia sobre el tema en los medios de comunicación.

#### 4. INNOVACIONES EN LA NUEVA ECOLOGÍA PERIODÍSTICA

Podemos percibir innovaciones en la manera de construir narrativas periodísticas contemporáneas en diversos países. En Brasil, por ejemplo, algunos medios buscan una reestructuración de las redacciones para que se puedan producir reportajes multilingüaje. Todavía hay resistencia por parte de los propios periodistas brasileños, acostumbrados a la exclusividad en puestos profesionales. De hecho, la resistencia no está siendo suficiente para sostener el escenario y en diversas redacciones los programadores comparten espacios con periodistas. Seguramente, la redacción que ha sufrido los cambios más significativos —en el sentido de incorporar nuevos profesionales y, por supuesto, producir reportajes transmedia frecuentemente— es el portal UOL, del Grupo *Folha de S. Paulo*.

El Grupo *Folha de S. Paulo* es uno de los más importantes de Brasil y tiene como distintivo el interés por las innovaciones. Fue el primero en hacer la integración de las redacciones para obtener mejor calidad de información y aprovechar los datos existentes en todos los periódicos editados. Desarrolla una excelente producción de reportajes audiovisuales, aunque su tradición radique en el campo de la prensa. Ahora dedica parte de sus esfuerzos a desarrollar formatos que contemplen los lenguajes contemporáneos, especialmente el del periodismo transmedia.

UOL ha creado la serie UOL TAB, que presenta reportajes con frecuencia semanal, con una oferta de contenidos en lenguajes novedosos y narrativas anteriormente poco comunes en el periodismo, como el cómic o el videojuego, con miras a la construcción de opinión pública. Para ello, se crearon equipos interdisciplinarios, compuestos por periodistas, programadores, estadísticos, además de sociólogos, para colaborar con el análisis de los datos recabados. Entre los reportajes creados merece destacarse un especial sobre la Usina de Belo Monte<sup>3</sup> (ver imagen 03), que presentaba, además de una infinidad de datos obtenidos por un procedimiento de periodismo de investigación, dejando de tener un sentido solo complementario y volviendo a asumir un papel protagónico en la construcción de sentido. Finalmente, y fortaleciendo el concepto de transmedia presente en el especial, el equipo creó un videojuego que ofrece, a partir de la gamificación, condiciones para que los usuarios puedan navegar literalmente sobre las informaciones, a través de una infografía animada (ver Figura 4).

---

<sup>3</sup> Disponible en <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2013/12/16/belo-monte/>.  
Accedido en 05/07/2015.

Figura 6: Portada del reportaje sobre Usina de Belo Monte

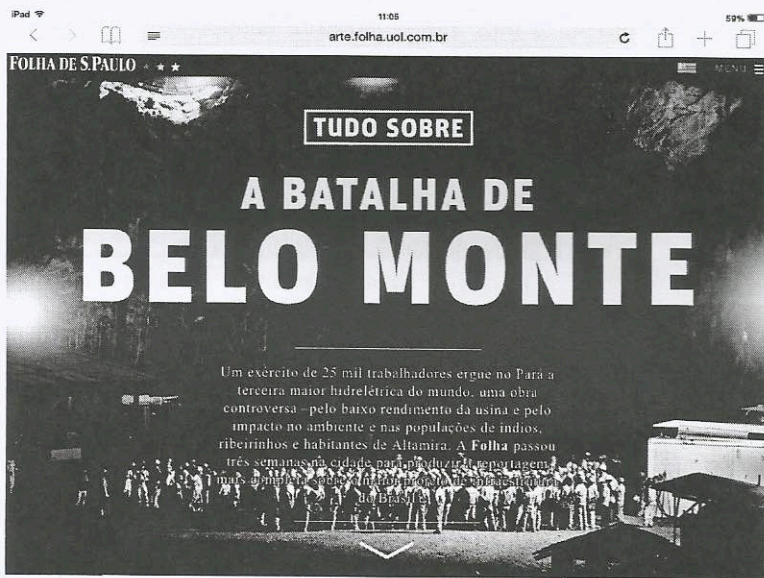


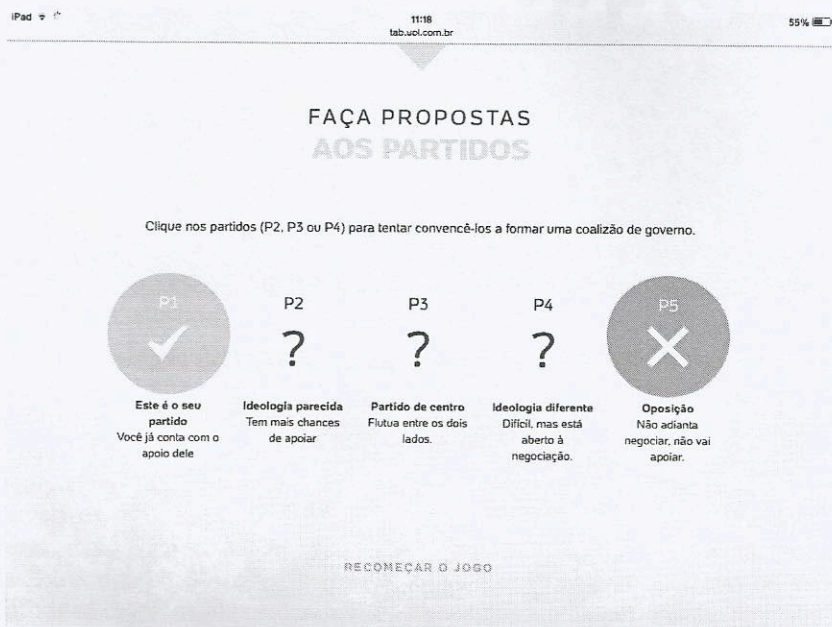
Figura 7: Videojuego Folhacoptero, del reportaje sobre Usina de Belo Monte





La exitosa experiencia ha comenzado a fortalecer una realidad que se puede observar en la rutina actual de UOL a través de la serie semanal TAB (ver imágenes 05 y 06), que igualmente adopta los procedimientos y lenguajes que encontrábamos —aunque con menor intensidad— en el reportaje sobre Belo Monte. Por otra parte, los especiales TAB han experimentado con la participación de los usuarios en tiempo real, fortaleciendo el transmedia como contenido y lenguaje multicanal y proporcionando una mayor circulación de contenidos en medios sociales.

Figura 8: Videojuego presente en especial UOL TAB<sup>4</sup>



<sup>4</sup> Disponible en <http://tab.uol.com.br/democracia/>. Accedido en 05/07/2015.

Figura 9: Cômico presente em especial UOL TAB<sup>5</sup>

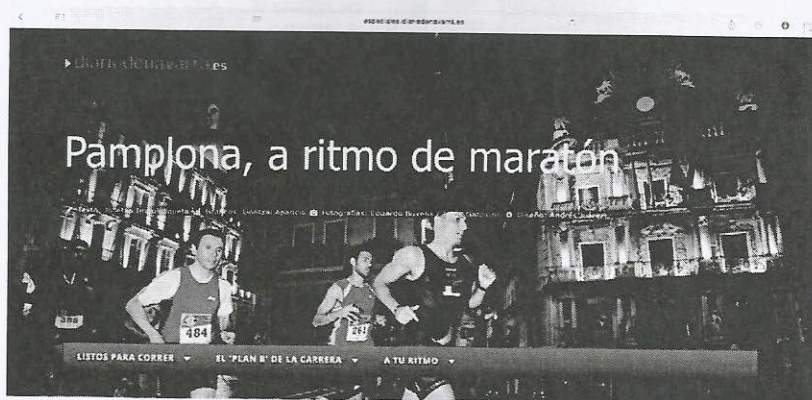


En España la realidad es igualmente innovadora. Ciertos medios tradicionales, como el periódico El País, ahora cuentan con diseñadores y programadores en los equipos de reportaje de datos y también llevan a cabo

<sup>5</sup> Disponible en <http://tab.uol.com.br/nova-bolha/>. Accedido en 05/07/2015.

búsquedas entre los perfiles existentes dentro de la redacción para que asuman nuevas funciones, especialmente en el campo de la estadística. Pero en el país hay otras experiencias más exitosas aun, como es el caso del Diario de Navarra, que posee un laboratorio de experimentación de formatos y perfiles para el desarrollo de reportajes de datos a partir de elementos del lenguaje transmedia. El DN Laboratorio está compuesto por sociólogos, antropólogos, estadísticos y matemáticos, programadores y diseñadores, además de periodistas, quienes producen reportajes sobre la base de la práctica del periodismo de datos y en multilinguaje de contenidos complementarios, pero independientes.

**Figura 10: Portada del reportaje sobre Pamplona, producido por DN Laboratorio, del Diario de Navarra**



Entre las innovaciones del Diario de Navarra, una que merece ser especialmente destacada es el reportaje "Pamplona, a ritmo de maratón"<sup>6</sup>, que adopta, aparte de datos obtenidos por medio de la investigación, una estructura narrativa multilinguaje, sustentada en los conceptos transmedia. Entre los contenidos se encuentran videos producidos con uso de cámara GoPro<sup>7</sup>, infografías que ofrecen datos sobre el tema del reportaje, diversas fotografías producidas para el reportaje, texto, entre otros recursos. Este

<sup>6</sup> Disponible en <http://especiales.diariodenavarra.es/sfm/>. Accedido en 05/07/2015.

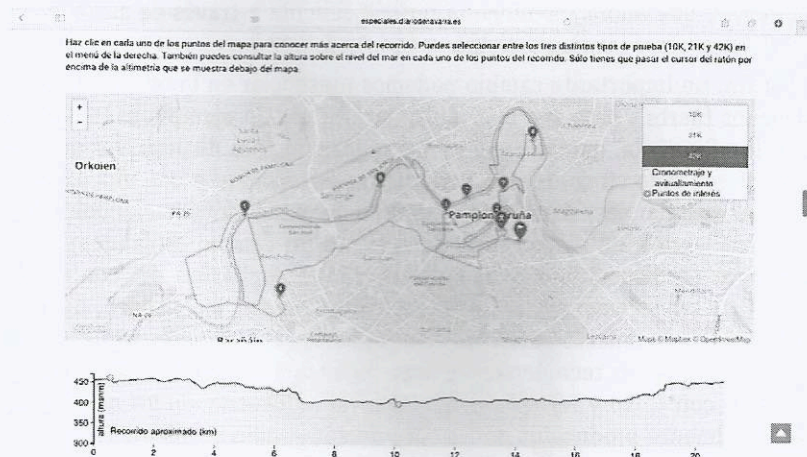
<sup>7</sup> GoPro es un modelo de cámara digital portátil que graba imágenes en alta resolución y es, normalmente, resistente a agua y otras condiciones climáticas. Además, por ser portátil, puede ser posicionada en diversos sitios, como cascos de motociclismo y ciclismo, entre otras partes.

tipo de contenidos se adoptan también en otros reportajes del laboratorio, creado para experimentar los nuevos formatos de lenguaje del periodismo contemporáneo. Finalmente, el reportaje ofrece medios sociales para que los usuarios puedan compartir entre sus conocidos, incluso incorporando sus comentarios a las discusiones.

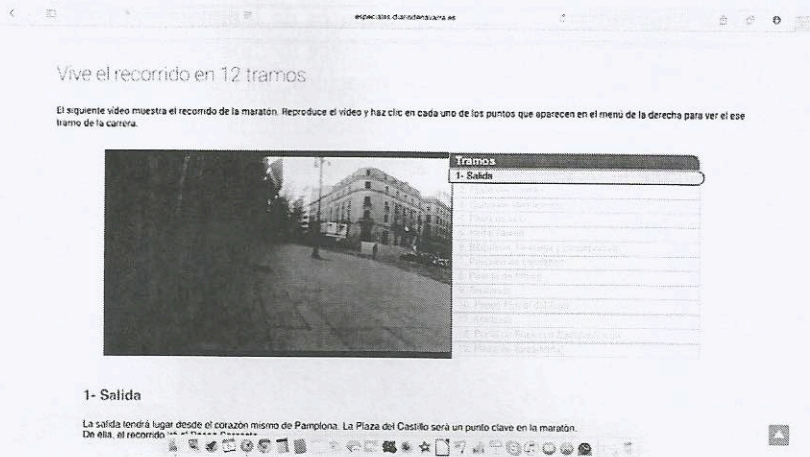
Figura 11: galería de fotos del reportaje de DN Laboratorio



Figura 12: Mapa interactivo del reportaje de DN Laboratorio



**Figura 13: Vídeo producido por GoPro para el reportaje del DN Laboratorio**



Todo esto es una prueba de que el periodismo transmedia ya está siendo aceptado por los medios contemporáneos. Obviamente, no cualquier tema admite representarse a partir del periodismo transmedia. Se requiere contar con contenidos diversos. Se requiere tiempo. Se requiere que sea resultado de alguna investigación. Por eso, con seguridad, el periodismo transmedia es ideal para la práctica del periodismo de datos, una oportunidad para el periodismo de sobrevivir frente a la competencia planteada por parte de los ciudadanos, que ahora producen la noticia sencilla a través de sus cuentas en Twitter u otros medios sociales.

Por fin, un importante cambio podemos presenciar en la televisión, cada vez menos fuerte y cada vez más multiplataforma. Un ejemplo es la Radio y Televisión Española, que ha creado una aplicación para dispositivos móviles donde ofrece todo su contenido periodístico *on demand* y con videos algunas veces editado para disminuir el tiempo de exhibición, haciéndolo ideal para visualización en dispositivos móviles. Es un cambio de lenguaje para estos tipos de dispositivos, además de ser una ampliación del contenido, dejando de ser solamente audiovisual para ser texto, foto, vídeo, audio y una infinidad de enlaces para otros contenidos. La aplicación está disponible a las principales tecnologías de *smartphones* y ofrece, incluso, noticias solamente con texto y fotografía, es decir, no aprovechando los contenidos tradicionalmente producidos por la corporación (audio y video).

Figura 14: Aplicación RTVE Noticias-Móvil, accedido desde Windows Phone



Figura 15: Página con video accedido desde el link ofrecido al final de la noticia



Lo interesante de la aplicación es que, en diversos casos, la emisora produce una edición del material audiovisual ofrecido originalmente en los noticieros de televisión, dejando, además de un tiempo más corto, con un encuadre apropiado para exhibición en micropantallas (Renó y Flores, 2012). Eso es un ajuste no solamente tecnológico, pero también estético de la producción de noticias por Radio y Televisión Española, en un proceso de reaprendizaje. Las *narrativas transmedia* son innovadoras por reunir contenidos multilinguaje independientes, pero relacionados. Además, la circulación por medios sociales y la movilidad son marcas fundamentales de la narrativa transmedia, y eso está presente en la aplicación de Radio y Televisión Española.

Eso es un ejemplo de lo que puede venir a ser la distribución de noticia que hoy conocemos como periodismo de televisión. En realidad, cambian los lenguajes, pero sigue el mismo objetivo, independiente de los procesos de circulación de la información: la construcción de la opinión pública. Y eso, con el lenguaje transmedia, seguramente será mucho más fuerte, porque la sociedad participa de alguna manera del proceso de construcción.

## 5. CONCLUSIONES

Ha tomado tiempo para que el periodismo transmedia pase a ser una realidad, pero ahora podemos decir que lo es. Y lo que en los primeros debates sobre el tema inspiró ánimos de críticas y suspicacias, en la actualidad concita un amplio consenso en el seno de la academia y del mercado periodístico. En realidad, ha sido la sociedad la que, una vez más, ha definido los parámetros para la construcción de sentido en espacios mediáticos. Esto viene siendo una realidad desde hace años y ahora ha alcanzado su culmen, probablemente. Los ciudadanos no quieren más contenidos simples –el *lead* y las seis preguntas tradicionales, contestadas de manera básica. Ahora se exige que esas preguntas se respondan de manera creativa, entretenida, con profundidad y con contenidos que las sustenten frente a la información simple e inmediata. Esta última ya la publican los propios ciudadanos en sus cuentas de medios sociales.

Otra transformación importante se puede observar en las redacciones contemporáneas. En las mejores empresas de comunicación del mundo, la idea de que el periodismo solo lo hacen los periodistas ya no se cumple. Hay que trabajar en conjunto con profesionales de las TIC, las matemáticas, la investigación social, entre otras especialidades. Solo de esa manera se podrá analizar la gran diversidad de datos obtenidos a partir de las técnicas

actuales de investigación, especialmente el *Big Data*, que consiste, básicamente, en que una combinación de datos sucios y limpios ayudan a conocer o comprender la realidad social.

Universidades de diversos países se preocupan por la formación del nuevo periodista, incluso reuniendo en la carrera asignaturas que tienen como objetivo fomentar en la práctica profesional las rutinas relacionadas con la lógica de programación. Obviamente, los niveles de enseñanza, así como la preparación para la práctica, deben ceñirse a las necesidades de aprendizaje por parte del periodista. No es necesario profundizar en los conocimientos de programación. Aun existe un importante desafío relacionado con la formación del periodista contemporáneo. El profesional debe adquirir los conocimientos pertinentes para comprender cuestiones relacionadas con el periodismo y las humanidades, pero también debe ser capaz de desarrollar raciocinios lógicos y definir rutas de programación por medio de códigos binarios y algoritmos. Esas, sin embargo, no son actividades específicas de la labor periodística, pero los profesionales deben al menos conocer sus posibilidades para, a partir de ese punto, definir las rutas en conjunto con los expertos que formen parte de los equipos interdisciplinarios de las redacciones modernas. Queda aun una pregunta: ¿Cómo se organiza esa formación profesional, adecuada a las necesidades del periodista contemporáneo? El desafío está presentado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUGÉ, Marc (2007). Por una antropología de la movilidad. Gedisa, Madrid.
- CHEN, Gina Masullo (2012). "Hurricane Isaac coverage shows the promise of hybrid model for news". Nieman Lab, 31/08/2012. Disponible en <http://niemanlab.org/2012/08/hurricane-isaac-coverage-shows-the-promise-of-a-hybrid-model-for-news>. Accedido en 17/06/2015.
- COSTA, Luciano M. (2014). "O novo sistema do poder". Observatório da imprensa, edición 827, 02/12/2014. Disponible en [http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o\\_novo\\_sistema\\_de\\_poder/](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o_novo_sistema_de_poder/). Accedido en 17/06/2015.
- DADER, José Luis (1997). *Periodismo de precisión-vía socioinformática de descubrir noticias*. Madrid. Síntesis.
- FLORES, Jesús (2014). *Ciberperiodismo: nuevos medios, perfiles y modelos de negocio en la red*. Lima. Fondo Editorial USMP.
- GOSCIOLA, Vicente (2012). "Narrativa transmídia: conceituação e origens", en CAMPALANS, Carolina, RENÓ, Denis y GOSCIOLA, Vicente (dir.) *Narrativa transmedia: entre teorías y prácticas*. Editorial UOC, Bogotá, pp. 7-14.
- GOSCIOLA, Vicente (2008). *Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas*. SENAC, São Paulo.



- IBRUS, Idrek y SCOLARI, Carlos (2012). *Introduction: Crossmedia innovation?*, en IBRUS, Idrek y SCOLARI, Carlos (dir.). *Crossmedia innovations: Texts, Markets, Institutions*. Frankfurt, Main, Berlín, Bern, Bruelas, Nova Iorque, Oxford: Peter Lang Press, Nueva York, pp. 07-19.
- JENKINS, Henry (2009). *Cultura da convergência*. Alephe, São Paulo.
- JENKINS, Henry (2001). "Convergence? I Diverge", en *Technology Review*. pp. 93-102 en <http://web.mit.edu/cms/people/henry3convergence.pdf> (consultado el 28 de mayo de 2015).
- LANDOW, George (2009). *Hipertexto 3.0*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- LEVINSON, Paul (2012). *New new media*. Pinguin, Nueva York.
- RENÓ, Denis, AMERICO, Marcos y NAVARI, Shelley (2014). "Interfaces de notícias táteis em conteúdos gamificados contemporâneos", en *Revista Latino-americana de Jornalismo-Âncora*, 1, 1, pp. 5-22, en (consultado el 28 de mayo de 2015).
- RENÓ, Denis y FLORES, Jesús (2012). *Periodismo transmedia*. Fragua Editorial, Madrid.
- SCOLARI, Carlos (2013). *Narrativas transmedia-donde todos los medios cuentan*. Planeta de libros, Madrid.
- SCOLARI, Carlos (2008). *Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa, Barcelona.
- VEGLIS, Andreas (2012). "From Cross Media to Transmedia Reporting in Newspaper Articles". *Publishing Research Quarterly*, 28 (4), pp. 313-324.