

MARIA CLARA AQUINO BITTENCOURT



CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E REDES DIGITAIS

MODELO DE ANÁLISE PARA PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

editora Appris

MARIA CLARA AQUINO BITTENCOURT



CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E REDES DIGITAIS

MODELO DE ANÁLISE PARA PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

editora Appris

MARIA CLARA AQUINO BITTENCOURT

CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E REDES DIGITAIS

MODELO DE ANÁLISE PARA PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

Catálogo na Fonte Elaborado por: Josefina A. S. Guedes Bibliotecária CRB 9

B624 2017

Editora e Livraria Appris Ltda. Av. Manoel Ribas, 2265 – Mercês Curitiba/PR –

MARIA CLARA AQUINO BITTENCOURT

CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA E REDES DIGITAIS

MODELO DE ANÁLISE PARA PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

Apoio:



Appris
Editora

Curitiba - PR

2017

FICHA TÉCNICA

EDITORIAL	Augusto V. de A. Coelho Marli Caetano Sar
COMITÊ EDITORIAL	Andréa Barbosa Gouveia - Ad hoc. Edmeire
EDITORAÇÃO	Lucas Andrade Thamires Santos
ASSESSORIA EDITORIAL	Bruna Fernanda Martins
DIAGRAMAÇÃO	Andrezza Libel de Oliveira
CAPA	Shoichi Kakuta
REVISÃO	Camila Dias Manoel
GERÊNCIA COMERCIAL	Eliane de Andrade
GERÊNCIA DE MARKETING	Sandra Silveira
GERÊNCIA DE FINANÇAS	Selma Maria Fernandes do Valle
GERÊNCIA ADMINISTRATIVA	Diogo Barros
COMUNICAÇÃO	Carlos Eduardo Pereira Igor do Nascimento
LIVRARIAS E EVENTOS	Milene Salles Estevão Misael
CONVERSÃO PARA E-PUB	Carlos Eduardo H. Pereira

COMITÊ CIENTÍFICO DA COLEÇÃO CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

DIREÇÃO CIENTÍFICA Francisco de Assis (Fiam-Faam, SP, Brasil)

CONSULTORES Ana Carolina Rocha Pessôa Temer (UFG, GO, Brasil)

Antonio Hohlfeldt (PUCRS, RS, Brasil)

Carlos Alberto Messeder Pereira (UFRJ, RJ, Brasil)

Cicilia M. Krohling Peruzzo (Umesp, SP, Brasil)

Janine Marques Passini Lucht (ESPM, RS, Brasil)

Jorge A. González (CEIICH-UNAM, México)

Jorge Kanehide Ijuim (UFSC, SC, Brasil)

José Marques de Melo (Umesp, SP, Brasil)

Juçara Brittes (UFOP, MG, Brasil)

Isabel Ferin Cunha (UC, Portugal)

Márcio Fernandes (Unicentro, PR, Brasil)

Maria Aparecida Baccega (ESPM, SP, Brasil)

A meus pais, Eunice e José.

AGRADECIMENTOS

A minha família, pelo apoio na minha formação acadêmica.

A meu marido, Daniel Bittencourt, pelo incentivo e parceria diária.

A minha orientadora de doutorado, Nilda Jacks, por me acolher e ajudar a recomeçar com novas ideias, por me mostrar o valor de uma orientação com excelência e dedicação, e pelo epílogo.

A Gus Bozzetti e Shoichi Kakuta, pelo design das imagens; Shoichi, pela criação e design da capa; a Bruno Alencastro, pela foto.

A Raquel Recuero, pelo prefácio, pela parceria acadêmica e pela amizade, que desde minha iniciação científica sob sua orientação só se fortalece.

A meus alunos de graduação e pós-graduação, que ao longo dos anos me ajudaram a pensar na composição destas linhas sobre convergência midiática, com suas experiências pessoais e seu envolvimento nas discussões propostas em sala de aula e nos projetos de pesquisa.

O que me incentivava? Acho que a maioria das pessoas criativas quer manifestar o seu apreço por ser capaz de tirar partido do trabalho feito por outros antes. Não inventei a língua ou a matemática que uso. Preparo pouco da comida que como, e nenhuma das roupas que visto. Tudo que faço depende de

outros membros da nossa espécie e dos ombros sobre os quais ficamos em pé. E muitos de nós querem dar uma contribuição para nossa espécie também e acrescentar alguma coisa ao fluxo. Tem a ver com tentar expressar algo da única maneira que a maioria de nós é capaz de fazer – porque não somos capazes de escrever as canções de Bob Dylan, ou as peças de Tom Stoppard.

Tentamos usar os talentos que temos para expressar nossos sentimentos profundos, para mostrar nosso apreço por todas as contribuições feitas antes de nós e para acrescentar algo ao fluxo. Foi isso que me motivou. ~

Steve Jobs

, 2011

APRESENTAÇÃO

A Wikipédia diz que convergência midiática é um conceito desenvolvido por Henry Jenkins. Mas isso não é verdade. E também não é mentira. No entanto, é o tipo de afirmação que vai além da Wikipédia, ganhando espaço em matérias jornalísticas e trabalhos acadêmicos.

Jenkins não foi o primeiro a falar sobre convergência entre mídias. E nem o último. Foi, por certo, um dos autores que impulsionaram a conversa sobre o assunto nas pesquisas em comunicação, quando, ao observar o cotidiano de processos de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos, definiu a expressão cultura da convergência. Na comunicação não é incomum a ocorrência de palavras e expressões para definir situações, hábitos e comportamentos que permeiam a comunicação social e são por ela atravessados. A maneira pela qual essas terminologias são apropriadas define entendimentos que por vezes são aplicados não só em conversas cotidianas sobre o final de uma série ou o lançamento de um novo álbum por uma banda famosa ou sobre os usos que uns e outros dão a uma plataforma de compartilhamento de conteúdo. São construções conceituais que servem de embasamento teórico para a elaboração de trabalhos e pesquisas científicas. Para a comunicação, o conceito de convergência midiática faz parte de muitas investigações, que partem de diferentes linhas de pesquisa e filiações teóricas, aplicando combinações de métodos de análise empírica para examinar e esquadrihar as múltiplas relações entre pessoas e mídias que se efetivam pelas redes digitais que hoje assentam as dinâmicas comunicacionais.

O objetivo deste livro não é definir esse conceito. Nem atribuí-lo a um ou outro nome. A proposta das próximas páginas é recuperar as origens da discussão sobre convergência midiática e suas vertentes de entendimento no campo da comunicação, para formar as bases de um modelo de análise. Este livro tem início na pesquisa que desenvolvi durante meu doutorado em Comunicação e Informação, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, sob a orientação da professora doutora Nilda Jacks. Naquela época, tentando recortar um caminho de estudo que me permitisse aprofundar meu conhecimento sobre convergência, percebi o quanto as mais diversas apropriações do termo me incomodavam. Encontrei

nesse incômodo o meu problema de pesquisa.

A oportunidade de realizar uma pesquisa conceitual abriu espaço para a construção de um método de estudo a partir do que foi realizado, teórica e metodologicamente, para que se refizesse a trajetória de um determinado conceito no campo da comunicação. Passado alguns anos da finalização do doutorado, percebi o quanto o assunto ainda poderia ser explorado a partir daquela pesquisa, trazendo percepções que foram surgindo em sala de aula, com alunos de graduação e pós-graduação, em bancas de mestrado e doutorado e por meio da orientação de projetos cujo foco ou as bases fundamentais são direcionados pela convergência midiática. Assim, este livro nasce da tese, mas vai além, organizando questões debatidas em sala de aula, em projetos de pesquisa e de exemplos que buscam auxiliar a assimilação sobre a complexidade do fenômeno para a comunicação.

O primeiro capítulo traz as investidas iniciais de uma recuperação de autores e abordagens que demarcam as primeiras falas sobre o tema no campo da comunicação. Uma busca por dicionários geral e específico abre a incursão pelo conceito que chega, nesse primeiro momento, a uma conjugação de elementos norteadores. Trabalha-se com questões de conexão, interatividade e participação, espalhamento e materialidade a partir da incidência da digitalização no âmbito da comunicação.

Aprofundando a coleta de referências, em alguns momentos extrapolam-se as buscas para além do campo da comunicação, quando se encontram alguns aportes teóricos sobre convergência em outras áreas. Assim, o segundo capítulo problematiza diversas abordagens que instauram e consolidam as estruturas que darão continuidade à incorporação da convergência como um conceito elementar para os estudos em comunicação.

O terceiro capítulo descreve um modelo de análise sobre convergência para aplicação em pesquisas em comunicação. Esse modelo é estruturado em categorias analíticas, que nascem de um movimento teórico-epistemológico realizado por meio de exercícios de leitura que auxiliam no processo de levantamento bibliográfico. O propósito desse capítulo é mostrar como o modelo foi criado e também como pode ser apropriado e reconstruído para ser aplicado em pesquisas que visam analisar processos de convergência. Do movimento teórico-epistemológico à categorização analítica, o capítulo vai apresentando os passos que podem ser empregados em estudos de graduação e pós-graduação

para garantir consistência conceitual aos trabalhos que utilizam o conceito de convergência como fundamentação teórica, e metodológica aos que objetivam analisar empiricamente o fenômeno.

A autora

PREFÁCIO

Sobre redes sociais e convergência

As redes sociais na Internet trouxeram profundas implicações para os modos de produção e reprodução de conteúdos online. A mudança do modelo de comunicação de massa para um modelo de comunicação mais horizontalizado por meio da liberação do polo emissor (LE MOS, 2002)¹ e da criação de redes capazes de “dar voz” a indivíduos trouxe uma revolução fundamental (CASTELLS, 2003)². Com isso, indivíduos passaram a ter um poder muito maior não apenas de publicação de conteúdo, mas principalmente de atingir uma grande audiência. Além disso, plataformas de interação mediada pelo computador passaram a proporcionar espaços de conversação coletiva, discussão e debate que antes não existiam (RECUERO, 2012³; BASTOS, 2011⁴). Dessas novas plataformas de comunicação mediada pelo computador, talvez a mais importante tenha sido o advento dos sites de rede social.

Sites de rede social foram caracterizados como aqueles que permitiam aos indivíduos reinscrever sua rede de amigos e conhecidos em uma plataforma digital que mantinha e publicizava essas conexões sociais (BOYD; ELLISON, 2007)⁵. Essas ferramentas, portanto, permitiam a manutenção da rede social em larga escala, por meio da manutenção dos laços sociais sem a necessidade de interação além daquela que o estabeleceu. A interação social que constrói laços sociais é custosa para o indivíduo no mundo offline. É preciso investir tempo e sentimento na criação de conexões sociais que, se não alimentadas, tendem a desaparecer. Por isso, há limitações na quantidade de pessoas com quem conseguimos nos relacionar. Já nessas ferramentas, basta conectar-se a alguém e a conexão é mantida pelo sistema. Com isso, os grupos sociais que ali estão representados puderam ser aumentados.

Além disso, sites de rede social permitiam também que esses laços permanecessem ativos para receber e distribuir informações. Em redes sociais offline, é preciso encontrar alguém ou utilizar algum modo de contato mediado para ter acesso à informação. Ela circula de ator a ator, necessitando contato para

tanto. Imaginemos, por exemplo, que João fica sabendo de uma informação que considera relevante para o seu círculo de amigos e repassa essa informação durante um encontro no bar. Seus amigos podem repassar a mesma informação ou não a outros círculos, conforme achem-na relevante ou não. Ao decidir replicar a informação, podem aumentá-la, modificá-la ou reduzi-la, também de modo intencional ou não. Ao mesmo tempo, Zé, que não encontrou João e não estava no bar, não teve acesso à informação. Já nos grupos sociais online, por exemplo, a informação pode chegar a Zé mesmo que ele não esteja presente no momento em que foi explicitada ao grupo. Ela poderia estar em algum grupo do Facebook, por exemplo, onde João a publicou e onde Zé a acessou depois. Ou seja, o acesso à informação nem sempre está atrelado à interação social.

Esses processos, que normalmente ocorrem em microescala nos grupos sociais, e por isso demoram a ter impacto, atingem uma relevância muito maior quando mediados pelos sites de rede social. Por meio deles, não apenas os atores recebem muito mais informação (pois seus círculos estão mais conectados e mais conectados a outros círculos), como também têm um papel fundamental e ativo na circulação de informações, podendo viralizá-las, ou seja, torná-las rapidamente populares. É a partir de suas decisões individuais que determinada informação que receberam é passada adiante (por exemplo, por meio de um retweet ou de um post no Facebook) ou filtrada. Essas decisões, em macroescala, atingem a circulação de informações como um todo, fazendo da própria rede uma forma de mediação. Os atores participam de processos variados de filtragem, construção e reconstrução desses conteúdos e coletivamente impactam seus modos de circulação e os demais atores. Essas decisões, tomadas todos os dias, perfazem um trabalho de gatekeeping, onde algumas informações são silenciadas pela rede e outras recebem visibilidade. É a este fenômeno que chamamos mídia social.

A mídia social trouxe impactos significativos para o ecossistema midiático. Ela transformou os modos de circulação de informações, dando maior visibilidade e globalizando nichos de interesse que criam e circulam informações que julgam adequadas ao grupo. Um desses exemplos são os fãs. Esses grupos, antes ostracizados (JENKINS, 2015)⁶, passaram a ser mais visíveis e a receber mais atenção dentro do próprio ecossistema. Como o Pottermore⁷, site de J. K. Rowling, que busca manter os fãs de Harry Potter em permanente contato entre si e com a obra. Ao mesmo tempo, esses fãs, em outras plataformas, circulam as informações relevantes que recebem do Pottermore (como no Facebook ou no Twitter) para outros fãs que não estão na ferramenta. Assim, enquanto alimenta o

imaginário do fandom, a ferramenta também estimula a circulação de informações oficiais da franquia por outros canais.

A produção de conteúdo é outro aspecto importante dessa mudança. Como dissemos, com a mídia social, atores individuais passam a ter audiência e a tornar mais complexa a quantidade de conteúdos disponíveis. Humoristas no Twitter ou canais pessoais no YouTube, por exemplo, passam a ter audiência global e mais audiência em termos numéricos que muitos veículos de massa⁸. Canais de mídia social são usados para popularizar obras individuais e pessoas passam a tomar as rédeas da divulgação de seus trabalhos. Indivíduos passam a criar projetos pessoais no Facebook e gerar grande impacto com a participação sua audiência⁹.

Finalmente, também temos mudanças na recepção. Em vez de receber o conteúdo e apenas discuti-lo localmente, vemos novos modos de assistir televisão ou ouvir rádio, de forma coletiva, onde os produtos são dissecados, comentados e reconstruídos (por exemplo, por meio de fanfictions, hashtags etc.) pelos atores e suas redes sociais. Hashtags são criadas e debatidas, a audiência pode organizar-se sobre as ferramentas.

Nesse processo todo, ainda, a mídia social, inserida no ecossistema, também é apropriada pelo fluxo dos veículos de massa. Canais de televisão ou rádio passaram a utilizar essa nova mídia como elemento de suporte para a interação com seus espectadores. Veículos de massa também passam a ter programa e a transmitir eventos online, como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. Youtubers¹⁰ passam a ser recrutados como atores de filmes cinematográficos e produções televisivas. Séries remetem à Rede para que os telespectadores possam construir caminhos para e com seu conteúdo. Em outros casos, a própria interação da audiência por meio de algum canal de mídia social específico impactou programas televisivos ao vivo¹¹. Celebidades utilizam o Facebook para fazer comentários ao vivo sobre o que estão fazendo ou sobre suas produção, interagindo diretamente com sua audiência e estimulando que essa audiência acompanhe seus programas em veículos de massa.

Vemos, desse modo, que a mídia social transformou o ecossistema midiático como um todo, não apenas dando força para os atores individualmente, mas também transformando a mídia tradicional. É nesse contexto que discutir convergência torna-se essencial. Como o ecossistema midiático está sendo estruturado diante dessas mudanças? Quais seus impactos na sociedade?

Podemos compreender a convergência como um processo ou um produto? Como esses novos modos de circulação de conteúdos alteram nossa compreensão sobre o que é ou não relevante?

Para debater todas essas questões relevantes, precisamos, primeiramente, compreender o que está acontecendo e compreender a epistemologia e a tradução do conceito de convergência. É esta discussão que Maria Clara Aquino Bittencourt faz nesta obra. Aqui, ela apresenta a gênese, sistematiza e propõe modos de compreender os processos de convergência. E, nessa discussão, trabalha como esses processos dialogam com a interação e com o digital. É a partir daqui que temos o sedimento do conhecimento teórico para estudar empiricamente os sentidos dessa convergência e seus impactos. Nesse sentido, esta obra é básica e essencial para todos os estudantes e pesquisadores que desejam abordar as questões-chave sobre as profundas mudanças pelas quais o digital impactou os meios de comunicação de massa e os processos de produção, circulação e recepção de conteúdo.

Boa leitura!

Raquel Recuero¹²

Pelotas, 3 de março de 2017

Sumário

INTRODUÇÃO

“The National Anthem”

Inquietações sobre o conceito

CAPÍTULO 1

As origens e os elementos norteadores do conceito de convergência
midiática

As origens

Elementos norteadores

Conexão

Interatividade e participação

Espalhamento

Materialidade

CAPÍTULO 2

O aprofundamento da reflexão sobre o conceito de convergência midiática

Abordagens externas

Abordagens internas

CAPÍTULO 3

O modelo de análise

Movimento teórico-epistemológico

Categorização analítica do conceito de convergência midiática

Interatividade

A participação e o compartilhamento como subcategorias da interatividade

Hipertextualidade

Multimedialidade

Armazenamento (e memória)

Mobilidade

Visibilidade

Personalização

A interdependência entre as categorias analíticas da convergência midiática

APONTAMENTOS FINAIS

REFERÊNCIAS

INTRODUÇÃO

“The National Anthem”

A série de televisão britânica *Black Mirror* (2011), de Charlie Brooker, produzida pela Zeppotron para a Endemol, é uma crítica contundente ao modo como inserimos a tecnologia em nossas vidas. Os episódios, todos com elencos, sets e histórias diferentes, incomodam, deixam o espectador inquieto, angustiado e até mesmo em choque com algumas cenas. Para quem ainda não assistiu, e eu recomendo muito que assista, sugiro pular a leitura do próximo parágrafo.

[spoiler] “The National Anthem” é o episódio que abre a primeira temporada da série. Conta o caso do sequestro de uma princesa inglesa comunicado pelo YouTube. A surpresa inicial é o pedido de resgate exigido pelo sequestrador: que o primeiro-ministro realize um ato sexual com um porco. Mas essa proeza não é suficiente. A consumação do ato deve ser televisionada, ao vivo, em rede nacional. Em meio a tentativas frustradas de resgatar a princesa, polícia, equipes de segurança e funcionários da realeza britânica se veem despreparados para agir diante de um acontecimento orquestrado por meio de sites como o Twitter e o YouTube, principalmente, além é claro de outros meios e veículos envolvidos na cobertura do sequestro. A televisão é mobilizada como o principal canal para o pagamento do resgate, mas o YouTube é novamente acionado para a divulgação de uma suposta mutilação de um dedo da princesa, que depois se descobre como falsa, mostrando a vulnerabilidade da opinião pública diante de informações divulgadas sem qualquer confirmação. Em meio aos esforços para evitar o constrangimento em rede nacional, a esposa do primeiro-ministro sofre entre quatro paredes com a repercussão, impiedosa e, por vezes, debochada, dos cidadãos que pressionam, no Twitter e no Facebook, por uma atitude do primeiro ministro. Com as ruas da cidade vazias e os olhos todos voltados para a transmissão que ocorreria ao vivo, o sequestrador liberta a princesa 30 minutos antes da consumação do ato. A empolgação dos cidadãos diminui logo nos primeiros momentos das cenas, que duram mais de uma hora. O sofrimento

público do primeiro-ministro diverte alguns, enquanto enoja, deprime e entristece outros. O sequestrador se suicida, deixando um bilhete em que deixa o caso como sua última obra de arte, numa fina ironia sobre a fragilidade da vida em meio ao aprisionamento midiático e tecnológico da época. Findo o acontecimento, o índice de aprovação do primeiro-ministro retoma bons níveis, ao mesmo tempo em que seu casamento permanece feliz, mas apenas para a imprensa. O estrago conjugal foi inevitável, mas nada pode abalar as aparências da monarquia. [/spoiler].

4:30
P.M.

UKN

BREAKING NEWS

ONLINE VIEWS

TWITTER FIGURES

18,187,237

10,000
Tweets per minute



| KIDNAP VIDEO POSTED ANONYMOUSLY ON THE INTERNET DEPICTS PRINCESS PLEADING FOR LIFE | POLICE: IDENTIFIED

11:02 | **BREAKING NEWS** | ipped . Susannah Duchess of Beaufort

FIGURA 1 - TRECHO DE “THE NATIONAL ANTHEM”

FONTE: Black Mirror (2011).

A figura mostra um frame do episódio, quando uma imagem da princesa sequestrada é divulgada em vídeo pelo sequestrador no YouTube. Um canal de televisão britânico, com indicações sobre os compartilhamentos do vídeo feito pelo sequestrador, deixa clara a crítica que o episódio faz ao modo como as informações circulam no âmbito das redes digitais. Entre as paredes do governo britânico os números ficavam cada vez mais assustadores.

Nas diversas vezes a que assisti o episódio em sala de aula com alunos, as reações foram sempre próximas ao choque. Logo em seguida, entre os que ainda não haviam assistido, a apreensão tomava conta da sala. Ao final do episódio as discussões sempre foram extremamente produtivas, extensas e repletas de questões diversas sobre o comportamento das pessoas através das redes digitais de comunicação. A força com que esse episódio empurra um montante de questionamentos e críticas para estudiosos da comunicação sobre a maneira como as sociedades conduzem suas vidas a partir da tecnologia cresce em outros episódios da série. O episódio inicial de Black Mirror é um entre muitos exemplos do fenômeno da convergência midiática sobre o qual este livro se debruça. A história ficcional, porém absolutamente plausível de acontecer de fato, revela com nitidez o poder das redes digitais de comunicação na disseminação e no aumento da visibilidade de um acontecimento. Ao questionar sua equipe sobre quantas pessoas tinham conhecimento do fato na madrugada em que o vídeo foi divulgado, o primeiro-ministro se vê encurralado pela velocidade de circulação de um vídeo que, em nove minutos, mesmo tendo sido retirado do ar, já havia atingido 50 mil pessoas. Enquanto uma cópia era retirada da rede, outras seis eram disponibilizadas, como revela o diálogo no episódio.

A produção, a circulação e o consumo de um produto midiático não se limita mais a um único canal, meio ou veículo de comunicação. A reflexão é de Jesus

Martín-Berbero¹³, pesquisador e teórico dos Estudos Culturais, que reflete sobre tais processos, evidenciando como a revolução tecnológica insere nas sociedades novos instrumentos técnicos e reconfigurações das relações entre processos simbólicos e formas de produção e distribuição, criando assim um novo modo de produção diretamente associado a um novo modo de comunicar. Os impactos dos processos de digitalização de conteúdos e do surgimento e popularização das redes digitais¹⁴ incidem em diversas áreas e em diversos setores das sociedades, mas é nos meios de comunicação e nos processos comunicacionais que imprimem as maiores transformações. A evolução dos meios de comunicação tem demonstrado, cada vez mais, a reconfiguração dos papéis, antes claramente definidos, de emissor e receptor – este último que na maioria das vezes aqui citado será chamado de consumidor. O desenvolvimento da tecnologia e os usos e as apropriações dela feitos pelos indivíduos no estabelecimento de seus processos comunicacionais são os principais definidores dessa reconfiguração.

O século XX é considerado o período da revolução eletrônica, quando surgem o rádio, a televisão, a Arpanet¹⁵ (que viria a se transformar na Internet) e a comunicação via satélite. No século XXI vê-se a conexão como marca principal; a conexão entre pessoas e informações, a concretização de uma cultura participativa que provoca alterações no processo de comunicação, a partir de processos que mesclam situações um-todos com todos-todos, um-um, e que se estabelecem a partir de novas oportunidades. É fato, no entanto, que tal cenário não se perfaz em totalidade. Não se trata de advogar a favor de um entendimento sobre a total transformação do paradigma comunicacional na passagem dos séculos XX ao XXI. Referências que serão citadas com frequência ao longo do livro, como Henry Jenkins e Manuel Castells, por exemplo, que analisam contextos sociais, políticos e econômicos sob o impacto do desenvolvimento das tecnologias de comunicação, atentam para a permanência de modelos e práticas fundamentados na unidirecionalidade de processos de distribuição de informação. A permanência de um panorama de dominação por parte de um conjunto de meios e veículos é notável; ao mesmo tempo em que é incontestável a formação de um enfrentamento midiático que coloca em questionamento práticas e formatos baseados em lógicas unilaterais de produção e recepção. Nesse sentido, termos como circulação e consumo passam a fazer parte de uma série de análises conjunturais que tratam de investigar as mudanças pelas quais o contexto midiático tem passado desde a popularização de tecnologias digitais de comunicação e, conseqüentemente, das redes digitais..

“The National Anthem” demonstra a representatividade dessas redes em termos de distribuição e visibilidade de um conteúdo, independentemente de seu formato – vídeo, áudio, texto ou imagem – e também independentemente da propriedade intelectual desse conteúdo. O ponto a que se quer chegar com este exemplo do poder de potencialização da circulação e da visibilidade de um conteúdo que viaja pelas redes é o de que tais processos já não mais se limitam a seus meios e suportes originários. Pelo fato de suportar o armazenamento e possibilitar a visualização de formatos originalmente analógicos, como a escrita e o audiovisual, as redes digitais geram o estabelecimento de um novo fluxo de conteúdos midiáticos que circulam não mais em um único canal, mas em vários. Esses conteúdos não mais se restringem a um único meio de comunicação, de forma que sua visibilidade é potencializada pelo processo de digitalização, que, além de ampliar as formas de veiculação, altera as funções dos indivíduos dentro dos processos comunicacionais, impactando diretamente nas interações que geram entre em si, bem como nas interações entre esses indivíduos e os conteúdos que consomem e redistribuem por meio dessa diversidade de canais. A potencialização da visibilidade e da circulação mencionadas no exemplo aparecem ao lado da convergência midiática, que deve ser pensada no momento em que o conteúdo tem a possibilidade de circular por diferentes suportes oriundos de diferentes mídias. Nessa esteira surgem as preocupações que norteiam este livro, que busca esclarecer como o conceito de convergência possui diferentes elementos que devem ser pensados quando da relação entre diferentes meios e redes digitais de comunicação.

Novas formas de produção e circulação implicam, necessariamente, novas formas de consumo, de maneira que todas essas possibilidades demandam a reflexão sobre as transformações decorrentes da evolução técnica e de consequentes alterações sociais e culturais decorrentes de usos e experimentações recentes. Características de meios analógicos e digitais se misturam e se torna necessário prestar atenção às interferências dessas relações não apenas no âmbito da tecnologia, mas em termos sociais e culturais, diante da adoção de novos comportamentos em sociedade relacionados à produção e ao consumo de conteúdos midiáticos. O foco deste livro está na proposição de um modelo de análise para pesquisas em comunicação que pretendem estudar processos de convergência midiática. Assim, tem como direcionamento a

reflexão sobre as conexões entre meios, tecnologias e pessoas, para aprofundar a compreensão sobre o conceito de convergência midiática, sempre considerando as transformações sociais, culturais e técnicas provocadas pelo fenômeno.

Inquietações sobre o conceito

Por que é relevante estudar, conceitualmente, a convergência midiática antes de realizar uma pesquisa empírica sobre algum caso específico? Conhecer as abordagens pelas quais um conceito como esse é lapidado e absorvido por um campo de estudos é fundamental em qualquer pesquisa que busque contribuir para o avanço do conhecimento sobre o tema a que se dedica desbravar. Um breve exercício de busca realizado em bancos de dados acadêmicos logo mostra a diversidade de pontos da abordagem pelos quais a convergência perpassa, seja como conceito elementar de pesquisa, seja como fundamento de apoio para se pensar outras questões que são atravessadas pelo entremeamento midiático e interpessoal por meio das redes digitais: sites de redes sociais; plataformas de streaming; mídia e religião; campanhas publicitárias; radiojornalismo; comunicação organizacional, são apenas algumas das muitas temáticas de pesquisa que mobilizam a reflexão acerca da convergência. O Google Scholar, por exemplo, que mostra as combinações de palavras-chave associadas ao termo inserido no campo de busca, apresenta as palavras mais pesquisadas com relação à convergência: conceito; contexto; literatura infantil; produção; cenário; informação; conteúdos; jornalismo; comunicação; consumo; interatividade; fenômeno; transmídia; televisão e tecnologias. Com exceção da literatura infantil, todos os outros termos aparecem ao longo deste livro. Alguns mais, outros com menos frequência, mas todos lidando sobre um panorama comunicacional que tem na convergência um eixo articulador de outras questões e conceitos particulares de cada proposta de pesquisa que se constrói e se executa na comunicação.

Grande parte da motivação que impulsiona a ampliação de subsídios teóricos e metodológicos sobre o conceito de convergência se deve aqui à percepção de uma quantidade significativa de menções ao termo em matérias jornalísticas e

trabalhos acadêmicos que se apropriam da expressão sem tecer considerações mais aprofundadas sobre a ideia. Essa inquietação, causada pela frivolidade com que o assunto é tratado, em muitos casos provocou o esforço de elucidar os elementos que compõem a convergência midiática como um fenômeno a ser estudado, de muitas formas, pelo campo da comunicação.

Iniciada por autores colocados em proximidade nas próximas páginas, a discussão em torno do conceito parece ter sido reativada após a popularização da Internet, da web e das tecnologias digitais de comunicação e informação, como se estas fossem definidoras do conceito. No entanto, algumas falas são anteriores, tendo início em torno das décadas de 70 e 80 e se fortalecendo junto com o desenvolvimento de tecnologias digitais de comunicação. Desde as primeiras experimentações com a Internet por meio de diferentes ferramentas, e depois com a web e demais tecnologias, como os aplicativos que hoje se proliferam diariamente, o panorama midiático vem mudando. Essa afirmação é encontrada em textos acadêmicos, dos mais ensaísticos aos mais detalhados empiricamente, e em matérias jornalísticas, desde as escritas apenas para seguir a avalanche de informações sobre o tema até às que buscam em fontes acadêmicas justificativas de tais alterações no cenário midiático do século XXI. Diante dessa multiplicação de discursos em torno da possibilidade de um novo panorama da comunicação, antes de qualquer argumentação a ser construída aqui, o que este livro traz como primeiro objetivo é expor a essência do conceito de convergência midiática. Não se partilha aqui do entendimento, encontrado de forma recorrente na literatura, de que a convergência midiática ocorre apenas com a transposição de diferentes mídias e formatos midiáticos para o ambiente digital. Considera-se, obviamente, a Internet e a representatividade das redes digitais elementares na elaboração de um entendimento sobre o conceito de convergência hoje, já que desde a popularização da web não há mais como problematizar a ideia de convergência sem pensar também na comunicação digital. Foi por isso que se adotou a expressão redes digitais, já que é por meio da conexão pela Internet que uma variedade ampla de funcionalidades tecnológicas fornece as bases para se pensar processos de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos, e consequentemente casos de convergência.

Cada vez com mais intensidade e representatividade essas redes assumem um

lugar definitivo no delineamento do processo de convergência midiática ao influenciarem diretamente as reconfigurações das relações entre produtores e consumidores de conteúdos midiáticos. Tais reconfigurações consequentemente alteram processos comunicacionais, na medida em que intensificam, transformam e dinamizam interações sociais estabelecidas nesses processos. Além disso, o investimento realizado por meios de comunicação em tecnologias digitais e profissionais de Tecnologia de Informação (TI) atesta a inviabilidade de se abordar processos comunicacionais por um viés analógico, em termos técnicos em relação aos processos de produção e transmissão de conteúdos midiáticos. As redes digitais direcionam as atividades de produtores em diferentes meios de comunicação, atuando como peças básicas nos processos de produção, fazendo parte da composição desses conteúdos e definindo a circulação destes pela atividade de consumidores que ressignificam conteúdos, produzindo outros e ativando uma rede de conexões que deflagra a complexidade da convergência midiática.

CAPÍTULO 1

As origens e os elementos norteadores do conceito de convergência midiática

A elaboração de um modelo de análise sobre a convergência midiática nunca foi o objetivo inicial quando do início do estudo sobre o conceito. Foi antes consequência de uma discussão sobre o tema da convergência midiática que iniciou com um resgate das origens do conceito. Partindo de uma pergunta que estimulava a construção de um esquema de reflexão sobre o conceito que desse conta de aspectos sociais e culturais, além de técnicos, chegou-se a um momento em que o montante de material recuperado sobre o assunto permitiu a organização do modelo proposto adiante. Neste capítulo então, é exposto o exercício exploratório sobre um disperso grupo de referências que ajudaram a mapear as origens e os elementos que norteiam diferentes concepções sobre convergência no campo da comunicação. Dos achados reunidos por meio desse exercício é que surgiu então a percepção de que um modelo de análise poderia ser empreendido.

A busca pelo significado do termo convergência começou em dicionários geral e específico do campo da comunicação, para logo deter-se em autores pioneiros no estudo do tema na área. Posteriormente os elementos norteadores do fenômeno foram sendo identificados a partir da incidência da digitalização no âmbito da comunicação. Essa exploração conceitual foi revelando questões sobre conexão, interatividade e participação e materialidade e espalhamento que foram definidos como elementos norteadores. Esses elementos permitiram organizar um tensionamento da convergência por meio de uma discussão entre diferentes referências que debatem o tema sob aspectos e enfoques que refletem pontos de vista oriundos de vários contextos e correntes teóricas.

A organização dessa atividade de recuperação é descrita em detalhes no segundo capítulo, e se mostra útil para estudos que podem partir do que já foi levantado neste livro como ponto inicial de referência para ampliar o corpo teórico de pesquisa de acordo com o contexto de análise e com o objeto investigado.

As origens

Um levantamento sobre o significado do termo convergência em dicionários gerais aponta resultados como “ato ou efeito de convergir”, “direção comum para o mesmo ponto”; sendo que convergir¹⁶ significa “dirigir-se, tender para um ponto comum”, ou então “concorrer, afluir ao mesmo lugar”. Em dicionário de comunicação¹⁷, o termo significa a “aproximação dos setores de produção de conteúdo comunicacional (televisão, cinema, rádio), distribuição (telecomunicações) e tecnologias da informação, permitindo que textos, sons e imagens possam ser transmitidos, manipulados e armazenados em diversos sistemas integrados”. O uso das expressões “convergência das comunicações”, “convergência mediática” e “convergência tecnológica” teve início no fim dos anos 70, para se referir à aproximação que tinha início entre os setores da computação, das telecomunicações e também da indústria da radiodifusão. A partir dos anos 90, com a ocorrência do processo de digitalização dos conteúdos, o uso do termo convergência passou a referir-se à aproximação entre os setores da comunicação de massa, das telecomunicações e da informática. É comum também o uso do termo para fazer referência a alterações de termos não somente de tecnologia, mas também de serviços, estruturas industriais e políticas governamentais relacionadas com a indústria de telecomunicações.

Nesse sentido, o Green Paper on Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation¹⁸, elaborado pela Comissão Europeia, em 1997, define a convergência como “not just about technology. It is about services and about new ways of doing business and of interacting with society.”¹⁹ O relatório se baseia no desenvolvimento das telecomunicações, das mídias e das tecnologias de informação e assim considera a convergência como “the ability of different

network platforms to carry essentially similar kinds of services or the coming together of consumer devices such as the telephone, television and personal computer”²⁰. O termo convergência se desdobra em diferentes estágios, referido a redes e plataformas; alianças e fusões industriais; serviços e mercados, política e regulação; e, assim, dependendo da abordagem pela qual é analisado, sua definição varia de acordo com o viés sob o qual o fenômeno é observado.

Nos estudos sobre convergência no âmbito da comunicação, Henry Jenkins é referência em diversos trabalhos acadêmicos, ainda que não tenha sido o primeiro a falar sobre o assunto na área, como já dito logo no início deste livro. Sua obra mais conhecida no Brasil, *Cultura da Convergência* (2008)²¹, também não foi o primeiro trabalho na comunicação a tratar sobre o tema, por mais que essa obra venha recebendo destaque, tanto na imprensa quanto na academia, a partir de 2006. Desde o início dos anos 90, Jenkins já apresentava estudos sobre as relações entre diferentes meios de comunicação e seus produtos midiáticos²², mas é Nicholas Negroponte quem, em 1978, tece as primeiras considerações sobre o fenômeno da convergência e o seu impacto em diferentes indústrias.

Arquiteto americano, Negroponte é mais conhecido como o fundador e presidente emérito do Media Lab do MIT (Massachusetts Institute of Technology). Também fundou a OLPC (One Laptop per Child) e foi o primeiro investidor da revista *Wired*²³, uma das mais reconhecidas revistas sobre tecnologia. Seu esquema sobre a ideia de convergência não mencionava as telecomunicações e se estruturava na sobreposição de três círculos: tecnologias de impressão, de computação e de radiodifusão. Ainda que não mencionasse as telecomunicações, seu trabalho é geralmente citado como a referência inicial sobre a origem do conceito de convergência como exemplo do rápido e crescente desenvolvimento da integração entre as três áreas.

Em 1995, Negroponte publica *Being digital*²⁴, traduzido para o português no mesmo ano, traçando o panorama digital da época e ditando diversas previsões acerca de um futuro marcado pela digitalização, tudo isso a partir da diferenciação entre átomos e bits. Ainda que Negroponte não utilize o termo

convergência em sua obra, o autor fala em multimídia, abordando a ideia de forma bem próxima da que alguns autores tratarão sobre convergência alguns anos depois.

Naquela época, Negroponte²⁵ falava sobre a facilidade em misturar bits, que podiam ser mesclados, usados e reutilizados tanto em conjunto quanto em separado. Para ele, multimídia nada mais era do que a mistura de áudio, vídeo e chamada de dados. Ele vai um pouco além, no entanto, ao pontuar a multimídia como “tanto um conteúdo novo quanto maneiras diferentes de encarar conteúdos antigos. Significa veículos intrinsecamente interativos, algo que se tornou possível graças à língua franca digital dos bits”²⁶. Essa interatividade que ele aponta fica, não obstante, limitada à atividade dos indivíduos com o conteúdo multimídia, o que restringe o entendimento da ideia de convergência a possibilidades técnicas de interação, sem levar em consideração potencialidades do meio digital que permitiriam interações de nível social entre os indivíduos usuários desses conteúdos multimídia, ocasionando também transformações de caráter cultural.

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

Em 1983, Pool publica *Technologies of Freedom*, em que apresenta o conceito de convergência de modos²⁷. Com base na premissa de que o computador, o telefone, o rádio e o satélite são tecnologias de liberdade, tanto quanto foi a imprensa impressa, nessa obra ele faz uma análise, no contexto dos dois séculos anteriores, sobre a interação entre as mudanças sofridas pelas tecnologias de comunicação e a prática da liberdade de expressão, identificando um padrão que

ele chama de “determinismo tecnológico macio”. Nesse padrão, a liberdade é estimulada pela dispersão e descentralidade dos meios de comunicação, que estão disponíveis, como a prensa de impressão ou microcomputadores, por exemplo. A chave da mudança tecnológica que, para ele, estaria na raiz das mudanças sociais é que a comunicação, naquela época, estaria transformando-se, em grande parte, em eletrônica, e não apenas pelo fato de que a comunicação eletrônica estava crescendo mais rápido do que os meios tradicionais de publicação, mas porque a convergência de modos de entrega estava trazendo a imprensa, as revistas, os jornais e os livros para o mundo eletrônico, de modo que um avanço no campo das tecnologias de comunicação estava causando distúrbios no status quo. Pool²⁸ entendia que um único meio físico era capaz de transportar serviços que anteriormente só circulavam separadamente. Por outro lado, um serviço que antes era transmitido por meio de qualquer meio poderia ser então repassado sob diferentes formas físicas. O que ele considerava como convergência de modos era o princípio de um entendimento sobre o desgaste do modelo um-para-um entre um meio e sua forma de utilização. Ainda destacava que as redes de telefone, originalmente criadas para a conversação de um-para-um, passaram a permitir a transmissão de dados por computadores, além de distribuírem material impresso utilizando máquinas de fax e mensagens gravadas sobre diversos assuntos. A ênfase, nesse sentido, recai sobre a possibilidade que surgia na época de uma informação circular por diferentes meios e suportes, e de poder ser armazenada e recuperada de forma eletrônica.

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

O entendimento que Pool²⁹ constrói sobre convergência de modos, naquele contexto ainda mais permeado pelos processos analógicos do que digitais, é fortemente baseado na ideia de circulação de conteúdos por diferentes suportes a partir das possibilidades surgidas com as tecnologias eletrônicas. Ainda que ele mencione alterações nos relacionamentos estabelecidos por meio dos meios, a ênfase dada permanece nas funcionalidades oriundas do desenvolvimento tecnológico. No século XXI, o conceito convergência de modos é recuperado por Jenkins³⁰, que resgata as considerações do colega para estruturar o que veio a chamar de cultura da convergência.

Nascido em Atlanta, na Geórgia, Henry Jenkins graduou-se em Ciência Política e Jornalismo, na Georgia State University. Possui mestrado em Estudos de Comunicação pela University of Iowa e doutorado em Comunicação das Artes pela University of Wisconsin-Madison. Foi diretor do MIT Comparative Media Studies Program, e atualmente professor reitor de Comunicação, Jornalismo e Artes Cinematográficas na University of Southern California. Enquanto esteve no MIT, Jenkins foi um dos principais pesquisadores do The Education Arcade, um consórcio de educadores e empresários que trabalham promovendo o uso educacional de computadores e videogames. Dessa época até hoje, permanece envolvido com o Convergence Culture Consortium, uma rede de professores que busca estabelecer pontes entre a academia a indústria de mídia para ajudar na reflexão sobre as relações de consumo na era da cultura participativa. Seus trabalhos na USC giram em torno de projetos focados em jovens, cultura participativa e engajamento público. .

Em Cultura da Convergência, Jenkins³¹ fala sobre como Pool percebe que, no final dos anos 70, a produção de jornais, revistas e livros por uma determinada empresa não ia além disso, ou seja, não promovia o envolvimento os próprios veículos de comunicação de uma única empresa. Paralelamente a essa percepção, também relata que Pool se focava na questão da regulação de cada meio de comunicação por um regime específico, de acordo com o seu caráter – centralizado ou descentralizado, escasso ou abundante, de propriedade governamental ou privada –, de acordo com funções específicas e mercados próprios. Não havendo então nenhuma interligação e/ou envolvimento entre os meios de comunicação, Jenkins³² acredita que Pool tinha essa perspectiva, pois

pensava que essas diferenças existiam em função de decisões políticas e porque eram mantidas menos por uma característica essencial das tecnologias do que por hábito. No entanto, ele acabou percebendo que determinadas tecnologias de comunicação, mais do que outras, suportavam níveis de participação, e também uma diversidade, maiores do que outros. A descentralização dos meios de comunicação incentivava a liberdade, ou seja, quanto menos concentrados e mantidos sob monopólio e níveis de escassez, maior era o exercício de um controle central.

Várias forças contribuíram para eliminar as fronteiras entre os diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas possibilitaram o fluxo de um mesmo conteúdo por diferentes canais, assumindo formas diferentes nos pontos de recepção. Assim, Jenkins³³ vai delineando as primeiras confluências entre meios diverso, que tiveram seu início em experimentações que transpuseram práticas de produção e recepção, alterando não só formas de linguagem, mas também esquemas burocráticos, no sentido de propor novas estruturas de organização dos meios dentro de uma única empresa, por exemplo. Essas confluências ocasionaram o ambiente no qual a convergência midiática vem se desenvolvendo.

Dessa forma, o conceito que Jenkins³⁴ constrói sobre convergência é fortemente marcado pelas argumentações de Pool³⁵. Estruturado em três frentes o que Jenkins considera como convergência aborda o fluxo dos conteúdos, a cooperação entre os mercados midiáticos e o comportamento dos públicos. A fragmentação de sua compreensão esclarece os diferentes componentes de um processo que não decorre apenas da mistura de suportes ou da possibilidade de comunicação desprovida das limitações de tempo e espaço, possibilitada pela Internet. Esse desdobramento permite que a convergência midiática possa ser analisada sob o ponto de vista dos fluxos de conteúdo, dos mercados midiáticos e do público que consome os conteúdos midiáticos.

Em vez de uma convergência de mídias apenas de caráter técnico, Jenkins³⁶ busca avançar sobre o conceito de Pool³⁷ e destacar as alterações que ocorrem na

produção, na circulação e no consumo de conteúdos veiculados pelos meios de comunicação, de forma a dar ênfase maior ao papel tanto do produtor quanto do receptor dos conteúdos midiáticos. Essas alterações ocorrem em ambos os lados, no momento em que empresas midiáticas aceleram o fluxo de conteúdos com o uso de diversos canais de distribuição, tendo em vista o aumento dos lucros, a ampliação dos mercados e a consolidação do compromisso com suas audiências; e também quando os consumidores aprendem a lidar com diferentes tecnologias para controlar de maneira mais completa o fluxo midiático e ao mesmo tempo interagir com outros consumidores.

Com o avanço das redes digitais e o aumento do uso de tecnologias de comunicação digital, a convergência se intensifica. Consequentemente, reações que geram entendimentos muitas vezes equivocados sobre o fenômeno também acontecem, e nesse sentido passam a ser objeto de crítica neste livro. Desses entendimentos, o mais provocativo é aquele que esgota o conceito em seus elementos tecnológicos, que compreende a convergência pura e simplesmente como um fenômeno técnico. Outro apontamento frequentemente realizado em textos acadêmicos, e também em conteúdos veiculados na imprensa a respeito do tema da convergência, é o de que determinados meios de comunicação serão substituídos por outros. Assim, entre diversos pontos de vista e interpelações sobre a convergência, para elaborar uma compreensão suficientemente consistente é necessário ir além das origens do conceito, explorando o referencial teórico que se desdobra em diferentes vertentes do fenômeno.

Expor as origens do conceito de convergência é o início de um caminho que se amplia a partir de uma exploração das dimensões que o compõem e como cada uma se relaciona com a outra, com o objetivo de demonstrar que convergência midiática é um processo que não se limita a seu fator tecnológico de conversão do analógico ao digital, mas que vai além desse nível técnico. A recuperação das origens da discussão sobre convergência no campo da comunicação também traz à tona uma diversidade de nuances que compõem o conceito, de forma que as relações entre os níveis técnico, social e cultural se mostram interdependentes em vários momentos.

Ao formarem a base inicial de um debate sobre convergência que se estende ao longo dos anos, intensificando-se a partir da digitalização de processos e a partir de meados dos anos 2000, os argumentos desses três autores circundam os níveis em que o aprofundamento sobre essa discussão é estruturado neste livro.

Negroponte³⁸ foca-se no impacto do aspecto técnico da convergência, buscando entender a influência do fenômeno em diferentes indústrias ao pensar a sobreposição dos três círculos – tecnologias de impressão, de computação e de radiodifusão. Pool³⁹ também prioriza o caráter técnico do conceito, mas não deixa de perceber questões sociais e culturais em função das alterações decorrentes das funcionalidades das tecnologias eletrônicas e posteriormente das potencialidades oferecidas pelos processos de digitalização. Por fim, Jenkins⁴⁰, com amplo apoio nos preceitos de Pool, tenta explorar os níveis sociais e culturais da ideia de convergência, porém sem desconsiderar as questões técnicas que envolvem o assunto.

O próximo item deste capítulo traz os elementos que norteiam a convergência midiática. Entender as constituições desses elementos como características intrínsecas ao ambiente midiático incrementado pelas redes digitais é o primeiro momento dessa exposição. A identificação desses elementos aconteceu a partir de um movimento de contextualização do desenvolvimento da Internet e da reconfiguração sofrida pela sociedade em função dos processos de digitalização.

Elementos norteadores

Os elementos que norteiam a convergência midiática em um contexto demarcado pela consolidação de redes digitais de comunicação são a conexão, a interatividade e a participação, o espalhamento e a materialidade. O objetivo da articulação entre esses elementos é ir além de uma simples exposição, pensando as interligações entre os elementos e que preparam outra camada de fundamentação. Essa camada é composta de recursos que viabilizam a estruturação do modelo de análise de forma consistente, pelo amparo num conjunto de argumentos e postulados que tornam menos nebuloso o âmbito no qual a convergência se perfaz por meio das redes digitais.

Conexão

O final dos anos 90 e o início dos anos 2000 marcam um período de extrema relevância com relação a um momento em que a popularização do acesso à Internet avançava, assim como o surgimento de novos sistemas de publicação de conteúdo de fácil acesso e utilização. Foi um período de muita experimentação e inovação, demarcando o início de um movimento de aproximação entre meios de massa e Internet que resgata as discussões sobre convergência. No final do século XX, Castells⁴¹ relembra a união de três processos interdependentes que inauguraram uma estrutura social nova, cujas bases se estabeleciam, principalmente, em redes digitais. Naquela circunstância, a economia exigia flexibilidade administrativa e globalização do capital, da produção e do comércio; a demanda da sociedade por valores como liberdade individual e comunicação abertas se tornando fundamental e, nesse cenário, a revolução microeletrônica cada vez mais se efetivando por meio dos avanços da computação e das telecomunicações. Não é à toa que, ao tecer seus pensamentos e ponderações sobre o impacto da Internet em diferentes setores da sociedade, Castells⁴² utiliza a expressão sociedade em rede.

Ainda nos primeiros anos do século XXI, o uso da Internet para comunicação e organização cresceu muito, e a influência das redes digitais não se referia apenas ao número de usuários, mas à qualidade de uso, pois a partir desse momento diversas atividades econômicas, sociais, políticas e culturais que são essenciais aos indivíduos passaram, cada vez mais, a acontecer pelas redes. A importância das redes digitais vinha constituindo-se com tamanha importância que “ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura”⁴³.

A atual proliferação de novas opções de comunicação digital, além de facilitar a condução de tarefas diárias no âmbito profissional, motiva também o desenvolvimento de práticas sociais e culturais, implicando reconfigurações de padrões de comportamento em sociedade. Essas reconfigurações exigem não só que os indivíduos acompanhem esse processo de evolução, como também

pressupõem a reflexão sobre as causas e as consequências de transformações técnicas, sociais e culturais. Os conceitos de sociedade em rede e de convergência midiática se aproximam, pois ambos são marcados pela interligação propiciada pelo aspecto social que os envolve, à medida que os indivíduos estabelecem relações sociais e trocas informacionais por meio das tecnologias de comunicação e informação.

Cultura da era da informação, como Castells⁴⁴ chamou a cultura que começou a se formar naquela época, a mesma que Cardoso⁴⁵ chamou de cultura da virtualidade real, que originou um sistema de comunicação simbólica novo associado à concretização de um contexto responsável pela alteração de relações de produção e consumo que originaram culturas e identidades coletivas. Essas culturas, assim como seus processos de produção e inovação, ainda são geradas por indústrias culturais, no alerta que o autor faz. A diferença, do ponto de vista histórico, é que essa cultura é atualmente marcada pelo aumento de poder exercido por consumidores, de acordo com suas necessidades culturais, sobre as indústrias culturais. A origem desse poder se encontra no aumento das possibilidades de interação, pelas possibilidades de conexão e diversidade de dispositivos digitais. A geração de capital simbólico a partir desse incremento tecnológico interfere nas atividades das indústrias de produção cultural e no funcionamento da própria sociedade como um todo⁴⁶. Um apontamento interessante que ele faz sobre os estudos acerca desse cenário é que a investigação sobre essas tecnologias nem sempre foi objeto da comunicação e que, enquanto os computadores não eram conectados uns aos outros, não passavam de ilhas não comunicantes entre si, sendo assim afastados dos objetivos da ciência da comunicação. Dessa forma, diante da evolução dessas tecnologias e dos usos e apropriações que delas foram efetuados pelos indivíduos, percebe-se a importância que a ideia de conectar computadores em rede⁴⁷ teve para o desenvolvimento de tais tecnologias e o impacto que tiveram nas sociedades para que então passassem a ser consideradas como objetos de estudo do campo da comunicação e hoje de forte relevância para a concretização da convergência midiática.

É importante lembrar a origem dessa ideia de conexão, para destacar que mesmo antes da própria criação da Internet, e no que ela se transformou, cientistas e

pesquisadores da computação já tinham objetivos de conectar computadores em rede. Recuperar alguns fragmentos dessa história é útil para pensar a convergência, já que, como se pode observar nas origens da discussão sobre o tema, a referência ao uso dos computadores é feita desde as primeiras menções ao termo.

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

A importância que a informação atinge por meio das experimentações que se multiplicam entre o final dos anos 90 e início dos anos 2000 resulta de uma série de apropriações e inovações midiáticas. A entrada dos meios de massa nesse circuito de transformações caracterizou os primeiros sinais de uma cultura da partilha em que o intercâmbio informacional passa a ser fundamental para a compreensão das dinâmicas comunicacionais das redes digitais. Os processos de produção, circulação e consumo de informação, ao sofrerem o impacto dessas reconfigurações, redimensionam também as próprias sociedades, que, quanto ao papel da informação na contemporaneidade, configuram-se como sociedades informacionais, e não de informação, pois possuem uma nova forma de organização social cujas fontes principais de produtividade e poder são a produção, o processamento e a transmissão de informação de acordo com novas condições tecnológicas que despontam nas últimas três décadas do século XX⁴⁸. A estrutura dessa sociedade informacional tem como estrutura básica a lógica de rede, resultando em um modelo descentralizado e flexível. Do desenvolvimento dessa estrutura em rede, resultam alterações técnicas, sociais e culturais que interferem nos modelos de comunicação antes baseados na unilateralidade da transmissão de informações. E é aí que se destaca o poder da Internet em conectar pessoas e informações e o seu diferencial em relação aos outros meios de comunicação por permitir o estabelecimento e a manutenção de relações

sociais em torno desses conteúdos. É do desenvolvimento da Internet como meio de comunicação, das redes digitais que por ela se configuram e reconfiguram constantemente, e do que é criado a partir delas para servir como instrumentos comunicacionais, que se extrai um entendimento sobre o desempenho que a conexão possui como uma função essencial dentro de um modelo de comunicação baseado na bilateralidade de seus atores e ações, e pelo qual a convergência midiática se realiza.

Dentro desse trajeto evolutivo das redes digitais de comunicação, no qual a conexão atua como um fator essencial, a popularização da web teve um papel de destaque. Os aplicativos trilham um caminho parecido. Sabe-se lá o que vem mais adiante. Jenkins⁴⁹ enfatizou o papel que o computador teve ao oferecer diversas oportunidades de interação com os conteúdos midiáticos. Enquanto operava nesse nível, as empresas midiáticas davam conta do que acontecia a seu entorno. No momento em que a web se torna, cada vez mais, um espaço de participação e permite diferentes formas de relação dos consumidores com os conteúdos midiáticos – e aqui se pode incluir também os aplicativos – a interatividade passa a dividir espaço com a participação. Por isso, essas questões são tomadas, em conjunto, como um dos elementos que norteiam a noção de convergência midiática. É delas que o próximo item busca dar conta, como mais um elemento do conceito de convergência midiática.

Interatividade e participação

As tecnologias de comunicação – que inicialmente serviam apenas para distribuição de conteúdos midiáticos, ainda que sob diferentes formatos, empregando diversas linguagens e por meio de múltiplas combinações – foram reconfiguradas. As transformações são significativas, e muito disso em função do componente técnico dessa trajetória evolutiva, por certo. Pode-se dizer que hoje muitas delas servem não apenas para distribuição, mas também para produção e compartilhamento de conteúdo. Certamente também é preciso grifar o papel que as pessoas tiveram, e continuarão tendo, nessas sequências de reconfigurações.

Quando se trata de falar sobre interatividade e participação, há um redirecionamento da reflexão sobre o conceito de convergência, na medida em que são características que influenciam diretamente no âmbito social e cultural do conceito, além, é claro, do envolvimento de questões técnicas que interferem nesses níveis de participação e interatividade. A interatividade no modelo de análise, aqui apresentado no terceiro capítulo, é tomada como categoria analítica, tendo a participação e o compartilhamento como subcategorias, tamanho o entrelaçamento que instituem entre si. É fato, e aqui é importante pontuar, que, assim como a convergência, são temas espinhosos, sobre os quais são tecidas muitas considerações, de modo que no desenlace dessa categoria, no terceiro capítulo, algumas dessas considerações são colocadas em diálogo com mais detalhamento e problematização.

Em plataformas de comunicação digital, por exemplos como o YouTube; os blogs, que no início dos anos 2000 foram sinônimo de liberdade de emissão de conteúdo por qualquer internauta; os sites de redes sociais, entre outros, é possível visualizar as aproximações entre interatividade e participação em diferentes situações de comunicação e por meio de diferentes práticas hipertextuais. A interatividade não perde força ao longo do tempo; pelo contrário, é hoje incorporada como característica dos meios de comunicação inicialmente analógicos e hoje embebidos pela digitalização em momentos de produção, circulação e consumo de seus conteúdos. A participação vem seguindo o mesmo caminho, ainda que com alguns obstáculos. O fato é que, como evidencia Jenkins⁵⁰, proporcionar mecanismos interativos que permitam às audiências a escolha e a personalização do conteúdo trata-se de atitude referente à interatividade, enquanto que observar a reação dos públicos, monitorar seu comportamento e incorporar os consumidores de informação no processo de produção de conteúdo refere-se à participação. O que diferencia as duas características exerce influência direta no entendimento do conceito de convergência, e há que se esclarecer essa diferenciação de modo que cada uma das características assuma uma posição estável na constituição do seu papel dentro desse entendimento do conceito.

Na ambiência que abriga a cultura da convergência, Jenkins⁵¹ mostra a importância da interação ao lado da competência tecnológica das novas mídias, de forma que não só produtos midiáticos e dispositivos tecnológicos devem propiciar a interação, como também os indivíduos devem manifestar o interesse em interagir. Nesse sentido, o uso e a apropriação de tecnologias e conteúdos midiáticos pelos indivíduos se torna então um fator determinante na efetivação de um processo de convergência. O primeiro passo, nesse caso, quanto à interatividade, está na relação estabelecida entre o indivíduo e o meio, entre a pessoa e o veículo/dispositivo técnico com o qual irá interagir, de modo que a partir dessa interatividade inicial parte-se para as interações com o conteúdo e com outros produtores e consumidores dos conteúdos midiáticos.

Velhas e novas mídias são aproximadas numa discussão que Dizard Jr⁵² promove para mostrar que a diferença entre elas é que as mais recentes expandem, por meio da Internet e seus canais digitais, a quantidade de recursos disponíveis, ampliando conexões interativas entre produtores e consumidores de informação. Essas conexões permitem a interatividade entre esses atores, fazendo com que os consumidores possam escolher quando e como querem receber o conteúdo midiático; o que justifica a necessidade de um entendimento sobre o que difere a interatividade da participação. Ao indicar a ocorrência de graus de status e influência dos participantes da cultura da convergência, Jenkins⁵³ fornece um elemento facilitador sobre esse entendimento ao apontar um equívoco em se considerar determinados produtos, conteúdos e comportamentos como caracterizadores de um processo de convergência midiática. Conteúdos potencialmente interativos e participativos nem sempre configuram um fluxo convergente. O maior equívoco ou incerteza, atualmente, surge quando é preciso definir participação e interatividade. Interatividade com as mídias dentro de um determinado conjunto de circunstâncias controladas não é a mesma coisa que liberar a interferência dos consumidores na produção e na distribuição de bens culturais; são, na verdade, situações bem diferentes.

Abertura e colaboração são termos que remetem à participação, em função do desenvolvimento de ferramentas de comunicação digital e da adoção delas pelos indivíduos. O poder desses termos é reforçado pela liberação do polo emissor⁵⁴, e com o surgimento do que Anderson⁵⁵ chama de novos produtores, que podem

ser tanto profissionais quanto amadores, atualmente, e que colocam o conteúdo em circulação por meio das tecnologias digitais de comunicação. Grande parte dessa ocorrência ele atribui ao que denomina de “democratização da produção”, uma das forças da cauda longa⁵⁶. Nesse sentido, não basta apenas interagir com dispositivos, conteúdos ou pessoas, mas participar da elaboração de conteúdos, fazendo com que estes circulem por uma ou mais mídias.

A interferência dos indivíduos sobre os conteúdos midiáticos é a base do enfoque que Jenkins⁵⁷ constrói sobre o atual comportamento dos indivíduos em relação ao consumo desses conteúdos, considerando-o como um processo coletivo. A argumentação é amparada na já bastante conhecida teorização sobre inteligência coletiva de Pierre Lévy⁵⁸, que resulta de um processo de competição cooperativa que se estende e se generaliza, inclinando-se para a criação de formas ainda mais cooperativas; sendo no ciberespaço que essa inteligência se perfaz. Esse ciberespaço é compreendido por Lévy⁵⁹ como um meio que favorece o desenvolvimento da inteligência coletiva em caráter global, tratando-se não apenas de algo a serviço do mercado, da comunidade científica ou da liberdade de expressão democrática, mas como o principal fator para a criação da inteligência coletiva da humanidade. um lugar único por onde todos os meios convergem, interagem e convocam o espaço universal da cultura, a qual é nesse espaço transmitida e recebida. Não se trata, de forma alguma, de uma relação estritamente técnica, baseada na mera transposição de diferentes meios para um único espaço, mas no entendimento de que a convergência técnica atuaria, nesse caso, como potencializadora da convergência social, decorrente da atuação dos indivíduos no ciberespaço em torno de diversos conteúdos midiáticos. É nessa relação entre a cultura da convergência e o conceito de inteligência coletiva que se percebe o papel assumido pelas redes digitais na ilustração desse processo coletivo no âmbito da convergência.

Os níveis social e cultural da convergência ganham destaque a partir do entendimento sobre a inteligência coletiva como uma força que promove um poder midiático decorrente de interações diárias, alterando o modo como a cultura de massa opera⁶⁰. O processo de aquisição do conhecimento importa muito mais para Jenkins do que a posse dele, algo que na concepção do autor é relativamente estático, ao contrário dos movimentos de obtenção de

conhecimento, que são dinâmicas e participativos e assim testam e reafirmam, continuamente, os laços sociais de um determinado grupo social. Por isso a participação ativa, tanto de produtores quanto de consumidores de conteúdos midiáticos, gera o processo de convergência. Não se trata de processos unilaterais de produção e consumo, mas de comportamentos ativos recíprocos, mútuos e interconectados que conferem significação aos produtos midiáticos em circulação. Nesses casos, a diferenciação entre as propostas de participação e interatividade é fundamental de ser identificada, para que se possa avaliar a efetividade da convergência.

O ponto-chave da ideia de inteligência coletiva que Jenkins⁶¹ considera está na seguinte premissa: o que antes não se podia fazer individualmente hoje pode ser feito de forma coletiva. A organização dos espectadores, dentro do que Lévy⁶² chama de comunidades de conhecimento, amplia seus poderes de agregação em processos de negociação com produtores midiáticos. Essas novas possibilidades de comunicação, que reconfiguram os processos de publicação, circulação e consumo de conteúdos e permitem níveis de interatividade e participação, conferem mais destaque ao caráter social e cultural do conceito de convergência, ainda que não se possa desconsiderar as características e alterações técnicas que permitem o intercâmbio de informações acerca dos conteúdos midiáticos. A convergência não é apenas a adoção de tecnologias de forma conjunta, mas algo além disso, e isso representa uma mudança fundamental sobre quem pode fazer o que no processo comunicacional. Não se atinge a convergência midiática pelo simples ato de disponibilizar em um site diversas mídias e formatos potencialmente interativos e participativos, nem de criar uma história e distribuí-la em cinema, DVD, revistas em quadrinhos, games etc. O entrelaçamento estratégico de linguagens e meios é parte do conceito de convergência, mas o centro da compreensão que este livro constrói está no movimento de um fluxo de conteúdos que se movimenta sob o impacto do comportamento de produtores e consumidores de conteúdos e que se relacionam por meio de diferentes tecnologias e suportes de comunicação digital, ora interagindo, ora participando. A representatividade que a circulação assume nesse fluxo pode ser melhor compreendida a partir do espalhamento, ponto detalhado no próximo item, como mais um elemento do conceito de convergência midiática.

Espalhamento

Em 2013, Jenkins, Green e Ford publicam *Spreadable Media: creating value and meaning in a networked culture*⁶³. O livro é resumido, pelos próprios autores⁶⁴, na frase “o que não se espalha está morto”. A obra pode ser considerada uma continuação, ou ampliação, de *Convergence Culture*⁶⁵, porém com um viés de mercado e de marketing bem mais acentuado, e com uma complexidade conceitual bem mais abrangente, considerando que, enquanto em *Convergence Culture* os conceitos principais são apresentados logo na introdução, em *Spreadable Media* a discussão conceitual amplia-se pelos capítulos que o compõem. Já no início a ideia de espalhamento⁶⁶ é apresentada como uma referência ao modo como a mídia é propagada em contexto de redes digitais e eles logo alertam para a possibilidade do equívoco de que o peso da influência dos meios participativos em processos de circulação possa ser entendido apenas em função da infraestrutura tecnológica. Dessa forma, estão, na verdade, alertando para a necessidade de se considerar a importância de questões sociais e culturais. Pensar o espalhamento significa, nesse sentido, ir além do elemento técnico para pensar a circulação.

Um modelo híbrido e emergente de circulação é o que discutem, mostrando como forças diversas determinam o compartilhamento de diferentes materiais, com base em um processo mais participativo, e desorganizado. A maneira como as pessoas compartilham conteúdos midiáticos e o que as leva a compartilhar isso ou aquilo são fatores que provocam a reflexão sobre o panorama midiático. A participação é uma característica de destaque na formação desse modelo híbrido, diante da atividade dos públicos que também se agrupam de diferentes formas, formando o que os autores chamam de comunidades ligadas em rede que determinam como as mídias circulam. Nesse contexto, meados da segunda década do século XXI, pode-se entender a convergência como um pressuposto da circulação de conteúdos, um processo atrelado ao modelo híbrido que os autores desenham.

A facilidade que as ferramentas de comunicação digitais oferecem para

publicação e compartilhamento de conteúdo é um dos elementos aos quais a convergência midiática recorre como impulso do espalhamento. Essa facilidade está entre as principais vantagens que a digitalização trouxe para a comunicação, sendo exaltada com recorrência nas discussões sobre as transformações de modelos comunicacionais. As interações em torno dessas facilidades, como a recomendação de conteúdos e a conversação⁶⁷, aceleram e potencializam o alcance dos mais diversos materiais disponibilizados na rede. Jenkins, Green e Ford⁶⁸ apontam a representatividade que a lógica social e as práticas culturais assumem para a popularização dessas ferramentas e plataformas de publicação e comunicação online, catalisando aspectos culturais e provocando a reflexão sobre relações sociais. O impacto disso pode atingir não apenas o campo social, mas também econômico e político. Desse modo, ao se encarar a convergência como um pressuposto da circulação de conteúdos midiáticos, levando em conta aspectos sociais e culturais além de técnicos, procura-se alcançar a amplitude da dimensão que tanto a convergência quanto o espalhamento de mídias adquirem na sociedade hoje.

A atitude de compartilhar conteúdo não é uma consequência ou algo novo decorrente dessa digitalização da comunicação. Repassar uma informação é algo intrínseco ao processo comunicacional. Querer que uma mensagem chegue a outros, seja a um pequeno grupo ou uma ampla massa de pessoas, é o objetivo inicial de um processo comunicativo. Sendo então assim há bem mais tempo do que as recentes décadas da sociedade em rede, atos de compartilhar, recomendar e apreciar conteúdos midiáticos vem ganhando uma nova amplitude. Se da escrita nasceu a possibilidade de potencialização do alcance dos conteúdos, com a digitalização de processos pode-se colocar em destaque algo além dessa potencialização. A diversidade de espaços online em que as dinâmicas de compartilhamento são cotidianas em muitos casos; assim o são não só pela oferta desse tipo de funcionalidade, mas pela apropriação que os usuários fazem dos mecanismos de funcionamento desses espaços.

Um exemplo bastante representativo dessa apropriação foi a incorporação do botão RT (retweet) no Twitter, depois que os usuários passaram a utilizar, com muita frequência, as letras RT antes de compartilhar uma mensagem já publicada por outro usuário. A cultura digital é fortemente marcada pela noção de

apropriação, convergindo com o que O'Reilly⁶⁹ vislumbrava para uma nova fase da web. O comportamento do usuário ditando as dinâmicas sociais e culturais do ambiente digital é o que deve ser evidenciado quando se fala em comunicação digital a partir de um modelo comunicacional que inverte as lógicas de distribuição e coloca a circulação como eixo principal de uma engrenagem movida por atores diversos.

A velocidade com que essas apropriações acontecem seguem a rapidez por meio da qual essa ambiência digital se desenvolve. É uma característica própria das mídias digitais a continuidade das transformações que ocorrem a partir de usos e apropriações. A motivação por trás dessas apropriações provoca a reflexão de Jenkins, Green e Ford⁷⁰, que diferem o que chamam de destinos grudentos – os conteúdos que atraem a atenção e envolvem as audiências – do que entendem por circulação de mídia espalhável – como os recursos que facilitam a circulação, ou seja, as características de espaços e ferramentas digitais que facilitam o espalhamento. Um exemplo que agrega essas duas compreensões é o caso do #rockin1000⁷¹. O caso não teria ganhado a repercussão que ganhou não fosse pela atividade das pessoas por meio de sites de redes sociais, pelo compartilhamento e pelas plataformas pelas quais o conteúdo circulou. Mas como foi que o #rockin1000 ganhou as redes?

A ideia inicial do projeto⁷² era reunir 1.000 músicos para executar a música “Learn to Fly”, da banda de rock americana Foo Fighters, gravar um vídeo⁷³ dessa empreitada e divulgar online. O objetivo era chamar a atenção do vocalista Dave Grohl para que a banda fizesse um show em Cesena, na Itália. Mais do que o show, que abriu a turnê europeia do Foo Fighters em 2015, o projeto atingiu muita visibilidade, permanecendo por meio de atividades como palestras e participações de seus idealizadores em diversos tipos de evento, para contar como a estratégia foi montada, venda de produtos com a marca #rockin1000, e organização de outros eventos, como a reunião de mais 1.000 músicos em um estádio, onde pudessem tocar clássicos do rock de suas preferências.

É um caso que reúne elementos básicos de convergência: uso de ferramentas e

dispositivos tecnológicos, para promover o espalhamento por meio das redes, movidos pelas dinâmicas entre os integrantes do projeto, fãs da banda e até a própria banda, que respondendo ao pedido do grupo em sua fanpage gerou ainda mais visibilidade ao #rockin1000. O projeto nasceu como uma iniciativa pequena, mas que obteve alcance em função de um entendimento já disseminado entre as pessoas sobre os usos de ferramentas como o YouTube, o Twitter e o Facebook, que foram os sites que alavancaram essa visibilidade. As possibilidades técnicas aliadas ao impulso social decorrente de uma transformação cultural no uso dessas ferramentas, que já vem acontecendo há alguns anos, compuseram a convergência do projeto, que atingiu níveis, como a continuidade das atividades, provavelmente não imaginados por seus idealizadores. É nesse sentido que o envolvimento das pessoas é chave para a ocorrência do espalhamento, a partir da necessidade de se considerar um sistema integrado de canais de participação e de práticas que sustentem um ambiente propício a circulação dos conteúdos. No fim das contas, esses comportamentos afetam a constituição de modelos de distribuição de conteúdos, não sendo então à toa que eles mencionam a ocorrência de um modelo híbrido.

O fato é que, mesmo diante de ocorrências que demonstram explicitamente a força dos públicos no fluxo informacional por meio das redes, ainda persiste uma série de atitudes restritivas que limitam o desenvolvimento de uma convergência plena, na medida em que atravancam o compartilhamento, como por exemplo veículos jornalísticos que usam sites de redes sociais para publicar links de seus conteúdos e quando a pessoa clica no link se depara com uma restrição de acesso apenas para assinantes. Identifica-se aí uma incoerência no uso de uma mídia social, pois o conteúdo acaba não sendo visualizado por aqueles que não são assinantes, deixa de ser compartilhado e o veículo pode acabar ganhando, ao invés de mais visibilidade, a antipatia daquele indivíduo que não conseguiu ir adiante no consumo daquela informação. É um exemplo que descamba para um debate acerca do modelo de negócios do jornalismo, que não é o foco neste momento, mas que ilustra objetivamente os entraves do espalhamento por meio do mau uso de ambientes fundamentados na livre circulação.

O próximo item aborda a materialidade como outro elemento norteador do

conceito de convergência midiática.

Materialidade

A materialidade dos meios não pode ser desconsiderada quando se discute convergência. É apontada por autores que fundamentam a investigação sobre o conceito e faz parte da construção desse entendimento na medida em que compõe o nível técnico do fenômeno. Nessa linha de pensamento, Jensen⁷⁴ recupera a teoria dos meios como a tradição de pesquisa que confere maior sustentação às condições materiais da comunicação humana. A partir dela ele propõe uma divisão dos meios materiais em três graus, que aqui serve de apoio para discutir a convergência sob o ponto de vista da materialidade.

Na perspectiva da história e da teoria da comunicação, o autor situa os seres humanos como mídia, e assim os meios de primeiro grau seriam capazes de externar mundos atuais e possíveis, já que as pessoas se comunicam umas com as outras sobre esses mundos para propósitos reflexivos e instrumentais. O corpo humano já é uma condição de comunicação, na sua perspectiva, e assim se efetiva como meio de comunicação produtor e receptor por meio da socialização. Comparando o corpo com outras ferramentas, como canetas e instrumentos musicais, por exemplo, esses objetos são como extensões do corpo e de suas capacidades comunicativas.

Como meios de segundo grau, Jensen⁷⁵ indica os de massa, como os livros impressos, os jornais, os filmes, o rádio e a televisão, ou todas as formas de instituições midiáticas e práticas comunicacionais baseadas no modelo um-todos. Ele toma como base a expressão “meios de massa” utilizada por Walter Benjamin, nos seus termos de reprodução e disseminação técnica, especificamente no campo das artes, porém com implicações no campo das comunicações. Essas características foram, em primeiro lugar, reproduzidas, armazenadas e apresentadas em um conteúdo específico por meio de um modelo de um-para-um. Em segundo lugar, os meios de segundo grau estenderam radicalmente o potencial de disseminação do acesso à informação através do

tempo e do espaço, independentemente da presença e do número de participantes.

É nos meios de terceiro grau que Jensen⁷⁶ fala sobre a tecnologia digital e define essa categoria como meta tecnologia. Para ele, o computador digital reproduz e promove uma recombinação de meios anteriores a ele em uma única plataforma material, e usa a expressão metatecnologia a partir de Kay e Goldberg⁷⁷, que denominaram o computador de metameio. Reunindo textos, imagens e sons, diz que o meio digital se origina dos meios de massa, reunindo outras funcionalidades, como a interação face a face, as narrativas, os debates e os games. Além disso, o meio digital integra os diferentes modelos de comunicação: uma-para-um, uma-para-muitos e muitos-para-muitos. O principal exemplo de que o meio digital incorpora o terceiro grau dos meios materiais é o computador pessoal em rede, ou seja, a Internet, e ele ainda cita os celulares, a portabilidade e a mobilidade das conexões. Assim, Jensen⁷⁸ afirma que, “with meta-technologies, communication has come full circle to the sort of interactive and multimodal forms of interchange that characterize face-to-face settings”⁷⁹.

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

No emergente ambiente digital apresenta-se um caso especial subjacente a teoria

dos meios sobre como potências materiais se tornam meios reais. O autor resgata o conceito de affordances de James J. Gibson⁸⁰, noção que ronda aspectos sociais e culturais dos meios de comunicação. Esse resgate se dá a partir de uma compreensão sobre os affordances como, por um lado, propriedades da natureza das quais os seres humanos dependem ou se referem e, por outro, como propriedades exclusivas de determinados organismos. No caso das interações humanas existem diferenças marcantes entre os objetos encontrados com os usos que são dados a esses objetos e os objetos que são produzidos, que apresentam usos que são desenvolvidos em sequências mais ou menos complexas e colaborativas. É comum a apropriação de determinados objetos utilizados para a comunicação tendo em vista uma espécie de adaptação para determinados tipos de situações comunicacionais, e no caso da comunicação digital essas práticas são frequentes.

Processos cujo estado final é imprevisível são como emergência, o que faz Jensen⁸¹ tomar o ciberespaço como um espaço de que a história dos meios se utiliza para mostrar como os usos sociais de uma tecnologia se modificaram muito ao longo do tempo ou mudaram completamente de rumo. Além disso, as próprias mídias são capazes de reconfigurar as condições de comunicação, e por isso ele reforça que diferentes mídias suportam diferentes tipos de modificação. No caso dos meios digitais, os indivíduos podem modificar não só arquivos individuais, mas também um sistema inteiro de comunicação, sua forma e seu conteúdo.

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

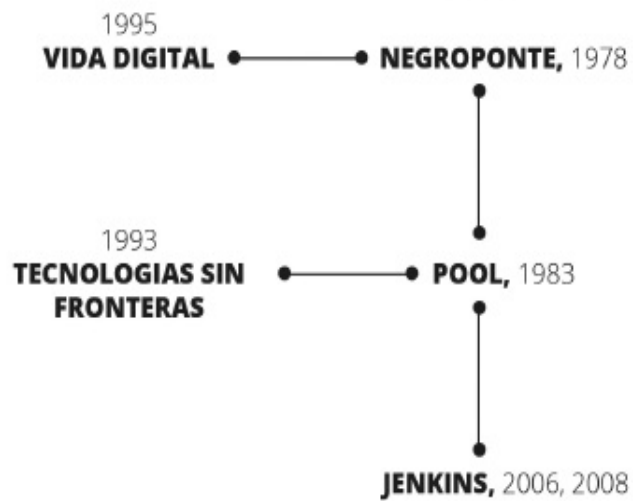
Diante de tais alterações, Jensen⁸² conclui essa questão do suporte falando sobre a interação diária dos usuários de Internet, dos interesses diversos e dos grupos de pressões, desde negócios, sociedade civil a técnicos bem como o setor público, que servem como mantenedores e modificadores da rede como uma organização técnica e social. Para ele, a comunicação em rede deve questionar não só o que a mídia faz com as pessoas, mas também o que as pessoas fazem com a mídia.

A representatividade que as redes digitais de comunicação assumem na discussão teórica sobre o conceito de convergência está fundamentada nessa característica do meio que permite a conexão entre os indivíduos, bem como entre as informações disponíveis online. A interatividade, a participação e o espalhamento proporcionados pela conectividade do meio levantam questionamentos nos três níveis em que se ampara aqui o conceito: técnico, social e cultural. A materialidade também influencia nesses três níveis a partir das apropriações realizadas pelos indivíduos dos diversos suportes com os quais lidam diariamente nos processos comunicacionais. Estudar a convergência midiática requer a compreensão desses elementos como provedores de um conjunto de fatores que propiciam uma ambiência capaz de abrigar situações de comunicação que superam práticas anteriores, limitadas pelas carências tecnológicas e pela fragilidade de um movimento de circulação movido pela unilateralidade. É fundamental, entretanto, não ignorar a presença e a continuidade de práticas anteriores, que mesmo com limitações que podem ser transpostas por funcionalidades técnicas e apropriações sociais e culturais que ainda permanecem determinando inúmeras situações de comunicação. Lidar com a convergência midiática não é privilegiar o novo. É crucial identificar a frequência e as formas pelas quais se desenrolam, dinâmicas práticas e formatos de modelos anteriores, ainda em atividade, na tentativa de enxergar novos horizontes para problematizar o que pode ser ultrapassado e avançado.

O resgate das origens conceituais da convergência e a abordagem sobre os elementos que norteiam essa discussão teórica resultam num entremeado de referências e posicionamentos que requer uma organização visual sobre essas

perspectivas reunidas. Nesse sentido, o esquema a seguir ilustra essa trajetória evolutiva da discussão acerca do fenômeno.

O próximo capítulo traz outras perspectivas sobre o conceito de convergência midiática, indo além das origens que fundam o corpo teórico sobre o assunto nos estudos em comunicação. As próximas páginas são dedicadas a um exercício que explora referências pontuais na discussão que embasa os estudos sobre o tema na comunicação, sem no entanto esgotar esse referencial. O objetivo nesse capítulo é reconhecer características da convergência que abrem caminho para a construção do modelo de estudo via categorias analíticas.



CONEXÃO

INTERATIVIDADE / PARTICIPAÇÃO

ESPALHAMENTO

MATERIALIDADE

FIGURA 2 - ORIGENS

FONTE: A autora

CAPÍTULO 2

O aprofundamento da reflexão sobre o conceito de convergência midiática

Como forma de organizar a exposição sobre o aprofundamento acerca da noção de convergência midiática, este capítulo foi dividido em abordagens externas e internas. O objetivo não é estabelecer uma linha divisória entre autores estrangeiros e brasileiros, a partir de algum critério específico. A opção por essa disposição facilita a leitura ao permitir a compreensão das perspectivas nos contextos em que estão inseridas.

Abordagens externas

Em um texto que levanta questionamentos sobre o conceito de convergência, a influência e o significado do mesmo no setor das telecomunicações, Niström⁸³ reúne um conjunto de autores que apresentam definições sobre o tema. O quadro a seguir resume essas definições no intuito de abrir as discussões sobre o conceito deste capítulo.

■

Autores	Elementos norteadores
Bohlin (2000)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e m
Borés e Torres (2003)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e m
Duysters e Haagedoorn (1998)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e m
Fransman (2000)	Telecomunicações, radiodifusão, informática e m
Herkman (2002)	Processos de digitalização.

Steinmueller (2000)

União de indústrias baseadas na informação.

Mueller (1999)

Processos de digitalização.

Yoffie (1996)

Processos de digitalização.

■ QUADRO 1 - DEFINIÇÕES SOBRE CONVERGÊNCIA

FONTE: NISTRÖM, 2007.

Os conceitos apresentados por Niström⁸⁴ são bastante próximos. A maior parte deles define a convergência como a união dos sistemas de telecomunicações com o sistema de radiodifusão, com a informática e com os meios, tendo um impacto econômico de ampla importância a ser considerado, como se percebe em Bohlin⁸⁵, Borés e Torres⁸⁶, Duysters e Haagedoorn⁸⁷ e Fransman⁸⁸. Os focos de Herkman⁸⁹, Yoffie⁹⁰ e Mueller⁹¹ estão mais direcionados para a questão da digitalização. Herkmann⁹² volta-se para o âmbito da produção midiática decorrente dos processos de digitalização e para como as organizações lidam com o gerenciamento e as transformações de nível técnico a partir de uma nova abordagem político-econômica que se instaura dentro de um novo contexto moldado por parâmetros de convergência. Yoffie⁹³ destaca o uso das tecnologias digitais para a criação de produtos midiáticos, e Mueller⁹⁴ considera que a convergência permite a reunião de todos os meios no computador, focando-se nos digitais e buscando perceber as consequências econômicas e técnicas do processo. Steinmueller⁹⁵ chama a atenção para a abrangência que o processo de convergência possui para não só sobre a indústria das telecomunicações, mas sobre todas as outras que lidam com a informação, de modo que o impacto do fenômeno toma proporções bastante amplas, tornando-se assim não apenas técnico, mas com implicações que extrapolam esse nível, abrangendo questões sociais e culturais.

Os autores que Niström discute no artigo *What is Convergence? Perceptions from the Finnish telecommunications Sector* representam algumas das visões sobre o conceito nos últimos anos e como o processo de digitalização vem ganhando espaço nos estudos sobre a convergência. São autores que não são referências nos estudos sobre comunicação e convergência no Brasil, mas que servem como um ponto de partida para o que será visto neste capítulo, por carregarem no tom tecnicista ao qual se edifica a crítica por trás do modelo de análise proposto no terceiro capítulo. A oxigenação da discussão na comunicação por meio da fala de outros campos também serve de impulso para a

reflexão sobre os diferentes entendimentos que permeiam as pesquisas em cursos de graduação e pós-graduação no Brasil.

O conceito de convergência está sempre em desenvolvimento⁹⁶ e é muito usado para se referir a processos de coleta, edição, armazenamento, transmissão e consumo de textos, imagens e som em formato digital, por meio de computadores conectados em rede, que desempenham o papel de mediadores. Mas a convergência é mais do que um novo sistema de comunicação; trata-se de um agente de mudança capaz de redefinir contornos sociais, culturais, econômicos e políticos, de forma sutil e ostensiva. Há, em sua concepção, um movimento ondulatório provocado pela convergência, que irradia ondas por toda a sociedade, promovendo a democratização de formas pelas quais as mensagens midiáticas são produzidas e circuladas.

Como se pode perceber nos autores reunidos por Niström⁹⁷ e como também reforçam Grant e Wilkinson⁹⁸, muitas definições sobre convergência se baseiam no componente tecnológico. A tecnologia digital e as redes de computadores são tidas como o núcleo da ideia de convergência, ainda que fatores organizacionais e sociais sejam considerados como de extrema importância na formação do conceito. Wilkinson, McClung e Sherring⁹⁹ concordam que a convergência instaura novas formas de definição e de acesso à informação, assim como novas maneiras de apresentar e de consumir conteúdo. A essa junção entre meios de massa, Internet banda larga, web, aplicativos e demais tecnologias digitais de comunicação, pode-se atribuir uma espécie de “apagamento” de distinções específicas do passado entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal.

Em uma obra extensa, já reeditada quase uma dezena de vezes, Straubhaar, LaRose e Davenport¹⁰⁰ constroem um panorama histórico e evolutivo de diversas meios e mídias: livros, revistas, jornais, música, rádio, publicidade, videogames, dispositivos e telas diversas como celulares, computadores, tablets etc. A obra é uma referência extremamente didática sobre como a comunicação se desenvolve e é impactada pela digitalização. Em uma das primeiras afirmações no livro, os

autores logo chamam a atenção sobre as formas equivocadas de se pensar a convergência. Para eles, as mudanças não são exclusivamente guiadas pela tecnologia: “Our individual creativity and your cultures push back against the technologies and the corporations that deploy them to redefine their uses”¹⁰¹. Por mais abrangente que suas análises pareçam, ao tentarem dar conta da quase totalidade de formas pelas quais é possível se comunicar hoje em dia, a atenção dada às transformações culturais e à uma perspectiva de observação guiada pela crítica ao contexto industrial das mídias é o que torna a percepção dos autores sobre a convergência ampla o suficiente para absorver a complexidade que vai além do viés técnico da questão.

Os rumos a partir dos quais as argumentações sobre convergência são traçados e direcionados para dependem de diversos fatores durante a coleta de insumos necessários, e suficientes, para elaborar um posicionamento sobre o assunto. Isso significa que as opiniões irão pender para um e outro lado, ou viés, acabando assim mais ou menos voltadas para aspectos técnicos ou sociais ou culturais, ou ainda para combinações entre esses aspectos. Meikle e Young¹⁰², por exemplo, para abordar o complexo ambiente midiático demarcado pela digitalização, optam por um caminho parecido com o deste livro. Abrem suas falas recuperando referências sobre o conceito de convergência, enfatizando como a transformação de um modelo de comunicação baseado na distribuição vai dando espaço a dinâmicas guiadas pela circulação. A convergência, para eles, trata-se de conteúdo, de indústrias de mídia, tecnologia e práticas que são digitais e em rede. A digitalização está impregnada no discurso desses autores, que consideram desnecessário o uso da expressão meios digitais, pois a digitalização dos meios é hoje algo tão persuasivo e já tão estabelecido que é desnecessário fazer esse tipo de menção. Todos os meios, com o tempo, passaram a envolver tecnologias digitais em seus processos de produção, circulação e consumo, em diferentes momentos, com mais ou menos intensidade. E assim permanecem à medida que os anos passam. A digitalização dos meios contemporâneos não é sua principal característica, na concepção desses autores, mas sim o fato de serem meios em rede, que ocasionam a formação de relações complexas, baseadas na bidirecionalidade. E por isso eles entendem a convergência midiática como a mídia digital em rede.

Essa multiplicidade de entendimentos e apontamentos, que provêm de estudiosos que discorrem sobre a convergência, impõe que se assuma como é indispensável reconhecer que a tecnologia não é seu único fator componente, ainda que seja fundamental em sua definição. Killebrew¹⁰³ acredita que, para entender a evolução da ideia de convergência, é importante não pensar apenas no âmbito tecnológico do processo, mas compreender como as dinâmicas do processo passam de um modelo baseado no esquema um-todos para outro fundamentado na participação e no diálogo, e que o controle desse diálogo, hoje, ora está na mão do emissor, ora na mão do receptor, que passam intercambiando-se em relação à posição. E aqui o espalhamento¹⁰⁴ reflete muito do que já se dizia em momentos em que a circulação era pouco explorada nos estudos sobre comunicação.

Essa ênfase excessiva ao fator tecnológico do conceito de convergência fez com que um vício acabasse por se estabelecer. Grant e Wilkinson¹⁰⁵ explicam que esse vício ocorre quando se utiliza o conceito para se referir a fenômenos semelhantes ou relacionados a tecnologias de comunicação, como por exemplo a transmissão de voz, dados e vídeo por meio de uma única conexão. O termo acaba sendo utilizado para representar a ausência de limites entre diferentes tipos de suportes e, ao mesmo tempo em que há uma extensa lista de aplicações para o termo, há uma série de ocorrências distintas que podem se encaixar no conceito. O traço comum está na substituição das transmissões analógicas pelas digitais, que permitem o armazenamento e a manipulação de qualquer tipo de mensagem a partir do momento de sua conversão em bits. Esse tipo de entendimento ainda hoje fundamenta algumas produções acadêmicas, e também diversas matérias veiculadas na imprensa, acerca do que constitui o processo de convergência midiática. Trata-se de um pensamento limitado, que não explora o conceito em toda sua amplitude, deixando de lado as esferas social e cultural que o compõem.

Dessa forma, e este é o alerta feito pelos próprios autores, a convergência representa um conjunto muito mais amplo de questões, de modo que não se limita apenas ao fator tecnológico de conversão do analógico para o digital. Esse conjunto, na verdade, possui dimensões mais amplas, capazes de definir o processo de convergência. Tais dimensões se referem à produção de conteúdo para múltiplos meios; o que eles chamam de copropriedade de dois ou mais

meios por uma mesma empresa servindo ao mesmo mercado; a colaboração entre meios e profissionais, não necessariamente da mesma empresa; e a coordenação entre meios e profissionais de forma a compartilhar informações. Essas dimensões são abordadas por eles no âmbito do jornalismo, que não falam sobre a participação dos consumidores de conteúdo no processo de convergência, como se pode perceber em outros autores. Ainda assim, ressaltam a necessidade de se avançar na produção de conhecimento sobre o conceito de convergência para além de um entendimento unicamente atrelado ao componente técnico do processo.

Esse passeio por diversas referências que compõem a discussão em torno do conceito mostra que esse debate muitas vezes também se estabelece pelo equívoco que se instaura ao se considerar a convergência tecnológica como sinônimo de convergência midiática. Pavlik¹⁰⁶ define o termo convergência digital como a reunião de diferentes tipos de mídia numa plataforma baseada em computadores incluindo a conectividade da Internet. No contexto digital, ele nota como os meios se tornaram ubíquos, interativos, móveis, portáteis, sem fio, por demanda e instantâneos, sendo que algumas dessas características já estavam presentes em meios analógicos. No entanto, algumas dessas características são exclusivas e/ou potencializadas em função dessa convergência digital, de forma que o que enfatiza é o caráter técnico de determinados dispositivos e tecnologias que maximizam características já existentes em meios analógicos. Nesse caso, ele não está necessariamente falando sobre convergência midiática, e sim, no que ele mesmo denomina, de convergência digital. Aqui se percebe o peso das escolhas de cada referência na forma pela qual vão abordar a convergência, vide a maneira pela qual Meikle e Young¹⁰⁷ dialogam sobre a digitalização.

A busca por um ideal de convergência entre computadores, Internet e mídia tinha, ainda nos anos 90, a multimídia como centro. A materialização dessa multimídia seria como a materialização de uma “caixa mágica” no meio de uma sala de estar que poderia, ao comando de qualquer indivíduo, abrir possibilidades infinitas, por uma janela global, para comunicação interativa por vídeo, áudio e texto. Este era um argumento que Castells¹⁰⁸ fornecia e que pode dar a entender que sua compreensão sobre a convergência midiática se resumia à mistura de linguagens e comunicação interativa. Mas comunicação interativa

entre quem? Entre os conteúdos multimídia e os indivíduos e/ou também entre os indivíduos que consomem esses conteúdos, já que a Internet como meio potencializa a possibilidade de diálogo?

O que Castells¹⁰⁹ chamava de “caixa mágica” é contradito por Jenkins¹¹⁰ pelo que este chama de “falácia da caixa preta”, pois não acredita na possibilidade de um dia haver apenas um dispositivo que comportará o fluxo de conteúdos midiáticos; mas sim uma continuidade do uso de diferentes aparatos tecnológicos para a produção, circulação e consumo de mídia. Assim, enquanto que no início dos anos 2000 falar sobre a mistura de elementos midiáticos dentro de um único suporte era considerado o ponto alto de um conceito de convergência por meio das tecnologias digitais de comunicação e informação, alguns anos mais tarde, imbricações técnicas já não são suficientes para dar conta do conceito. Isso, porém, não significa que os elementos sociais fossem deixados de fora das análises sobre processos de convergência, mas alguns postulados eram, e alguns ainda são, dotados de um caráter fortemente tecnicista.

Henry Jenkins acaba sendo o autor mais citado quando se estuda a convergência no campo da comunicação, ao menos na produção acadêmica brasileira. Em 2001¹¹¹ ensaiava uma abordagem que considerava o fenômeno um processo em andamento, resultado de intersecções de tecnologias midiáticas, indústrias, conteúdos e audiências; algo contínuo e que se entende até hoje como em permanente continuidade. Antes do que se vive hoje por meio da incorporação cotidiana de dispositivos e ferramentas digitais, ele já mencionava o papel que a mídia desempenharia por estar em todo lugar. Essa ubiquidade seria capaz, e foi, de gerar novas habilidades de gestão da informação, além de canais e formatos que exploram as potencialidades de um fluxo informacional que emergiu e continua se desenvolvendo ao longo dos anos. E é assim que, acusando a “falácia da caixa preta”, desconstrói o argumento de que a convergência de mídias seria resultado da união de diversos aparelhos em um só. Outro aspecto que logo fica evidente em sua argumentação – citação recorrente nas pesquisas que exploram o assunto – e que corrobora a exploração de outros aspectos além do técnico é a importância dada ao nível de atividade dos consumidores de conteúdo. A convergência de mídias não é somente uma mudança tecnológica, e isso é uma insistência na sua fala, mas um processo que produz impacto sobre

indústrias, mercados, gêneros e públicos e que, principalmente, é responsável pela alteração no modelo operacional da indústria midiática, por meio do qual os consumidores recebem e lidam com o conteúdo, seja ele notícia ou entretenimento. Pioneiramente, quando aborda a multimídia, Negroponte¹¹² se aproxima de Jenkins¹¹³ a respeito do fluxo de conteúdos por múltiplos suportes midiáticos. Obviamente, é importante lembrar que suas considerações foram traçadas antes da popularização da web e das tecnologias digitais de comunicação, mas podem ser equiparadas com as argumentações posteriores para que se possa tensionar a discussão numa perspectiva histórica do fenômeno.

Pensar em multimídia implica se ter noção do movimento fluido de um meio para outro, dizendo a mesma coisa de maneiras diversas, invocando um ou outro dos sentidos humanos. A máquina lhe diz: se você não entendeu da primeira vez, deixe-me explicar de novo em forma de uma história em quadrinhos ou um diagrama em três dimensões. Esse tipo de passagem de um meio para outro pode incluir qualquer coisa, desde filmes que se auto-explicam mediante um texto até livros lidos por uma voz suave enquanto você cochila¹¹⁴.

Utilizando como exemplo um contrato de 1992, feito pela Time Warner com a cantora Madonna, Negroponte¹¹⁵ tecia algumas considerações sobre o que designava como um conjunto heterogêneo composto por materiais que misturavam impresso, discos e cinema. Ele via aquela situação como uma reutilização e como a expansão do uso de áudio e vídeo, além de dados, para muitas finalidades, por meio da distribuição em pacotes mediante diversos canais. A reutilização, o aproveitamento de um mesmo conteúdo em diferentes suportes midiáticos era o que lhe chamava mais a atenção; porém, ao contrário de Jenkins¹¹⁶, ele não mencionava a interferência, a participação e a atividade dos indivíduos receptores desses conteúdos; mas mostrava a convergência entre os meios afirmando que esse tipo de redirecionamento sempre esteve presente no nascimento de um novo veículo, e exemplificava sua argumentação mencionando a reutilização de peças de teatro pelo cinema, a revenda de espetáculos pelo rádio e a reciclagem de filmes de cinema pela televisão. O problema que ele detectava nesse esquema era o de que, para a época, a multimídia ainda estava em seus primórdios, sendo difícil de identificar seu desempenho. Um exemplo que dá sobre essa limitação era de que naquele

momento a oferta de multimídia era restrita ao formato de títulos em CD-ROM. Ainda se arriscou a prever que a multimídia se tornaria uma prática online, o que realmente aconteceu, mas não chegou a mencionar nada sobre possibilidades de interação interpessoal quando da transposição do conteúdo multimídia para o ambiente online; possibilidades que foram ampliadas quando da popularização da web e das ferramentas digitais de comunicação. O pouco que discutia sobre interação remetia à relação entre indivíduos e conteúdos.

Avançando nessa linha do tempo, o que aconteceu a partir da metade da primeira década do século XXI imprime diferenças relevantes na concepção da noção de convergência midiática. Questões sobre interatividade pouco, ou nunca, discutidas em alguns casos, são imprescindíveis para estudar os casos que hoje se apresentam pelas redes digitais. Na época da formulação dos argumentos de Negroponte¹¹⁷, a multimídia era uma característica muito mais presente e, metaforicamente, palpável do que a interatividade, diante da carência de possibilidades técnicas daquele momento. Na medida em que a multimídia era exaltada pela oportunidade de reunir diferentes formatos sob um único suporte, a interatividade se restringia às ações que os indivíduos estabeleciam sobre esse conteúdo, como por exemplo clicar em menus de seções de um site ou então navegar de forma não linear pelo conteúdo de um CD-ROM. E de tal forma, não era à toa que destacava esse tipo de interatividade. Com o tempo, as mudanças decorrentes do progresso digital forçaram uma readequação do pensamento acerca de diversas situações de comunicação, e determinadas nuances dessas situações tornaram impraticável pensar a convergência de maneira desprovida de algumas considerações. É para essas porções conceituais que os esforços deste livro são direcionados, com o objetivo de organizar o pensamento sobre o assunto.

No próximo item, referências brasileiras ganham destaque em uma recuperação dos primeiros momentos de um diálogo sobre convergência que forma as noções preliminares sobre os estudos no campo da comunicação. São apontamentos iniciais, básicos, que situam um conjunto de pesquisas que ganha espaço com o passar dos anos.

Abordagens internas

Dos autores brasileiros que reacendem a discussão conceitual sobre convergência, inicialmente é imprescindível destacar aqui os textos de Fragoso¹¹⁸, Santaella¹¹⁹ e Pellanda¹²⁰, Jacks et al.¹²¹, entre outros que direcionam suas falas para análises mais específicas por meio do conceito. Considerando que este livro se propõe a discutir a convergência midiática em seu nível conceitual, a exposição sobre os autores brasileiros acaba restrita pela escassez de pesquisas voltadas primordialmente para esse tipo de análise sobre o conceito. Pesquisas que apoiam seus objetivos no conceito de convergência são abundantes no Brasil, porém dedicam pouco espaço para o aprofundamento conceitual¹²². Dessa forma, as próximas páginas se detêm a explorar as falas desses autores que garantem um novo fôlego ao tema nos estudos em comunicação.

Todas as mídias resultam de formatos híbridos de linguagens, na concepção de Fragoso¹²³. No início dos anos 80, Santaella¹²⁴ lembra uma intensificação das misturas entre linguagens e meios, que teriam funcionado como multiplicadoras de mídias. Tal multiplicação gerou a produção de mensagens híbridas, bem como de equipamentos e dispositivos que caracterizaram o que ela chamou de cultura do disponível e do transitório, em função de fotocopiadoras, videocassetes, videogames e TV a cabo, entre outras tecnologias. A escolha e o consumo individualizados foram propiciados por equipamentos e linguagens criados para circularem nessas tecnologias, constituindo o que ela chamou de cultura das mídias. A partir daí, o comportamento dos indivíduos se alterou em termos de busca de informação e entretenimento; por meio dessas tecnologias os indivíduos começaram a abandonar a “inércia da recepção”, tornando-se consumidores ativos na busca por conteúdo.

Nesse movimento que elas descrevem, percebe-se uma articulação de transformações técnicas, sociais e culturais impulsionando alterações comportamentais e propiciando o desenvolvimento de um contexto de convergência pautado não apenas pelo surgimento de novos dispositivos e linguagens, mas também de novas práticas. O componente tecnológico possui

um papel de extrema importância no desenvolvimento do conceito de convergência, como elas ressaltam, mas não dispensa os elementos sociais e culturais do processo, de forma que os três níveis atuam de forma interdependente a todo o momento. As transformações recuperadas por Santaella¹²⁵ circulam pelos três níveis indicados e possuem suas raízes nessa hibridação de linguagens praticamente intrínseca das mídias, apontada por Fragoso¹²⁶.

As mudanças de comportamento apresentadas pelos indivíduos refletiam a preparação de suas sensibilidades para a chegada dos meios digitais, e Santaella¹²⁷ enxergava como principal marca desses meios a libertação da atividade de busca, baseada na dispersão, na não-linearidade e na fragmentação de uma procura que passava a ser feita de forma individualizada. Pool¹²⁸, no entanto, já falava sobre a evolução da comunicação tanto em termos de personalização e individualização quanto de produção e recepção dos conteúdos midiáticos. Ele enxergava uma inversão da revolução dos meios de difusão tentando mostrar que o que aconteceria era que, em vez de se difundirem as mesmas mensagens para milhões de pessoas, a tecnologia começava a permitir a adaptação de mensagens às necessidades específicas e singulares de cada indivíduo. Para ele, o avanço da tecnologia ampliou as possibilidades de adequação do conteúdo dos meios aos interesses dos pequenos públicos, mais específicos, e essa adequação era consequência direta da flexibilidade de produção pelo computador.

Visionário ou não, de certa forma Pool¹²⁹ acertou, já que hoje há inúmeras fontes de informação, e essa diversidade pode ser aproveitada pela busca e produção de conteúdos diversos, via diferentes suportes e canais. No entanto, isso, definitivamente, não começou com a digitalização. Assim como as primeiras misturas entre meios e linguagens não aconteceram após o processo de digitalização ou do surgimento da Internet, essas alterações comportamentais já vinham acontecendo antes disso tudo também, ainda que num outro ritmo, em função de outros meios e dispositivos, consequentemente de maneiras diferentes.

Sobre a convergência, Fragoso¹³⁰ encara o processo a partir de três frentes de concretização que se referem aos modos de codificação da convergência; aos tipos de suporte e aos modos de distribuição dos produtos midiáticos. Ela não se limita, ainda que se aproxime, à questão da multimidialidade, como se percebe logo de início em função de sua proposta de classificação. No que considera como convergência dos modos de codificação, aborda a ideia de multimídia presente nos postulados de Negroponte¹³¹ e, em alguns momentos, dos de Castells¹³², e se refere ao empacotamento de conteúdos pertencentes à categorias semióticas diferentes, no caso som, texto e imagem em um único formato, possibilitando assim a junção de diferentes tipos de mensagens em um mesmo suporte. A convergência dos modos de codificação, em seu entendimento, conduz a uma padronização de suportes, o que acaba por favorecer uma homogeneização das formas de distribuição de produtos midiáticos.

Tal entendimento se aproxima, de certa forma, ao que já foi mencionado aqui quando se apresentou as ideias de “caixa mágica” e “falácia da caixa preta”, de Castells¹³³ e Jenkins¹³⁴, respectivamente. E se caracteriza como um entendimento impregnado de caráter técnico. Porém, quando propõe essa classificação em modos de convergência, Fragoso¹³⁵ faz questão de destacar a adoção de práticas semelhantes anteriores à digitalização fazendo uma crítica a eventuais manifestações de entusiasmo em torno de possibilidades de reunião de diferentes mídias num mesmo espaço e ambiente. Ela lembra que combinar linguagens diferentes para a composição de meios essencialmente intersemióticos é algo anterior aos processos de digitalização, e que a rigor todas as mídias são resultados de formas híbridas de linguagem, pois nascem da conjugação de linguagens diferentes. Mídias nunca existiram isoladamente, como ela lembra, pois desde sempre se afetam mutuamente e isso faz com que se tornem referência para qualquer tecnologia com pretensões midiáticas.

Diante da proliferação das tecnologias digitais, esse conjunto de ponderações que Fragoso¹³⁶ elenca acende um debate sobre como forças com objetivos e motivações independentes das especificidades dessas tecnologias estabelecem uma espécie de competição para alardear a convergência de suportes. Essa convergência tem sido divulgada com tanta intensidade que se pode temer por uma inviabilização econômica do uso em média e larga escala de modos de

distribuição que não sejam compatíveis e convenientes. Recuperando a noção de Internet como um ambiente de mídias, defendida por diversos autores, e que prevê uma migração dos meios de massa para as redes digitais caracteriza-se um processo de convergência que, a seu ver, parece deixar de lado as diferenças entre tais mídias da maneira como se as conhece até hoje.

Fragoso¹³⁷ não entra na discussão sobre qual modo de distribuição é melhor ou pior e até mesmo destaca que um debate sobre isso seria tão descabido quanto discutir qual suporte tecnológico permite a produção de conteúdos mais criativos ou inteligentes. De sua argumentação, talvez o ponto seja mais importante a se absorver é sobre a unificação dos modos de codificação, a redução da diversidade de suportes e a uniformização das formas de armazenamento e distribuição como responsáveis pela potencialização e desenvolvimento de formatos mais criativos para a produção de mensagens de melhor qualidade é puro fetiche tecnológico. A questão está na demanda, pois a viabilidade do que ela chama de “cascata de convergências” é inquestionável; mas será que tudo isso é realmente desejável?

A crítica que ela faz também é ao caráter tecnicista da ideia de convergência, entendendo que, se a multimídia não é capaz de dar conta da dimensão do processo, a interatividade seria o que faltava para garantir o poder aos consumidores em face dos poderes exercidos pelos produtores de conteúdos midiáticos. A crítica é no sentido de que a interatividade oferecida por determinados produtos midiáticos não era, até aquele momento, suficiente, já que, em muitos casos, tratava-se do oferecimento de um leque, ainda que extenso, pré-determinado de opções. Por mais que reconheça o potencial interativo das tecnologias digitais, ela ainda o considerava subaproveitado e, passada uma década dessa crítica, pode-se afirmar que ela ainda é absolutamente válida. Diversas pesquisas em comunicação discutem a interatividade, mostrando o quanto ainda é uma característica pouco aproveitada, e em alguns casos ignorada, ainda que em contexto de redes digitais.

Também criticando esse mau aproveitamento do potencial multimidiático e

interativo das mídias no início dos anos 2000, Pellanda¹³⁸ discute o assunto, inclusive arriscando uma definição. Em um estudo sobre a CNN, evidencia o papel da multimídia na convergência de mídias e, a respeito da característica de interatividade, também nessa época, considerava-a ainda não suficientemente explorada. De 1994 a 2001, Pellanda mostra como aconteceu uma explosão de conhecimento a partir do desenvolvimento da indústria virtual, que gerou condições suficientes para a elaboração de um entendimento sobre todas as mudanças a partir de um novo olhar. Principalmente com a geração que já nasceu com a Internet, a demanda por produtos interativos tendia a se tornar cada vez maior. A união da banda larga com as conexões sem fio ocasionava novas formas de comunicação, pela diversidade de maneiras com as quais os indivíduos interagem com os conteúdos não só por meio de textos e imagens, mas de áudio, vídeos e animações, o que acabava por convergir linguagens na formação de uma nova mídia.

Apesar do aumento da demanda por conteúdo interativo que vinha acontecendo, Pellanda¹³⁹ identificava um baixo nível de interatividade e, em sua dissertação de mestrado, revela que seu entendimento sobre essa interatividade, a qual considera insuficiente, refere-se às atividades dos usuários com relação aos conteúdos, aos tipos de ações que poderiam realizar ao navegar por conteúdos de diferentes formatos, e não tanto em termos de relacionamento com outros indivíduos em torno desses conteúdos. Observando que os indivíduos não estavam satisfeitos em apenas obter informação; o que realmente importava era poder compartilhar o conteúdo por meio das redes, o que potencializava o poder de comunicação. Esse compartilhamento já acontecia por fluxos de áudio, vídeo, textos, fotos e gráficos mediante dispositivos e suportes que acompanhavam os indivíduos a qualquer momento, caracterizando assim um contexto de “imersão midiática”. As incursões teóricas de Pellanda¹⁴⁰ tomavam então a convergência midiática como um processo de interação entre mídias, por uma interligação de conteúdos a partir de elementos de diferentes linguagens midiáticas. É um pouco mais adiante que Pellanda¹⁴¹ passa a dar mais importância à interatividade entre os indivíduos envolvidos como parte do processo do que ele considerava como convergência.

A linguagem original de uma mídia convencional, como por exemplo o rádio,

quando inserida dentro do ambiente digital interagiu, naturalmente, com outras linguagens já presentes na Internet. O resultado dessa interação, dizia ele, poderia ser a origem de uma nova linguagem, o que em si já caracterizaria uma inovação comunicacional e permitiria definir melhor a Internet como uma mídia. Além disso, sua preocupação era a de inserir um elemento social na composição conceitual de convergência ao considerar o papel da interação entre os indivíduos em torno das misturas entre diferentes formatos midiáticos.

Um conjunto de investigações é iniciado por Nilda Jacks a partir de 2011, a partir de um projeto que investigou a ficção televisiva em múltiplas plataformas, pelo viés da circulação e do consumo. Referência em estudos de recepção, Jacks deu início a outros projetos envolvendo a convergência, focando no consumo midiático pelos jovens¹⁴² e também na circulação de telenovelas, tema que já fazia parte de suas atividades de pesquisa antes de abraçar o conceito como elemento de referência. As pesquisas desenvolvidas pelo grupo liderado por Jacks são aplicadas a objetos de estudo determinados e buscam contextualizar cenários abrangentes examinando âmbitos da circulação que perpassam pela emissão de produtos midiáticos; pelo fluxo desencadeado por outras mídias em torno desses produtos por meio de coberturas jornalísticas e pelo fluxo que decorre da colaboração no contexto da recepção desses produtos. Dessa forma, a recepção acaba sendo o processo que prevalece na condução dos projetos que estudam a convergência midiática. Conceitualmente, nos esforços para dar conta dos três fluxos de circulação, Jacks et al.¹⁴³ partem de um entendimento de convergência com base na noção de transmídia, por meio de Jenkins¹⁴⁴. A relevância de seus achados se dá pelo viés comportamental dos indivíduos questionados sobre seus hábitos de consumo. Trata-se de um tipo de pesquisa que não se volta essencialmente ao conceito de convergência, mas que o toma como base para situar, no caso do público jovem, práticas e modos de circulação que interferem diretamente na concepção e no desenvolvimento de produtos midiáticos.

O que fica saliente nas falas sobre convergência nos estudos sobre o tema no Brasil é a ênfase a respeito do insuficiente aproveitamento das potencialidades multimidiáticas e interativas no início do século XXI. É preciso ponderar com cuidado a respeito dessas afirmações no contexto em que são feitas. Ainda que

em casos específicos, tais potencialidades não sejam efetivamente realizadas e/ou aproveitadas, há que se reconsiderar alguns apontamentos e rever algumas situações no âmbito da evolução da comunicação do início dos anos 2000 até o contexto atual.

As experiências que um indivíduo vivencia pelas redes digitais, em determinados casos, ao participar da produção, circulação e consumo de produtos midiáticos poderiam remeter à concretização do hipertexto eletrônico em escala global, como mencionava Castells¹⁴⁵ logo nos primeiros anos de popularização do acesso à Internet e início do crescimento do número de pessoas conectadas. As possibilidades de intercâmbio informacional e do estabelecimento de relações sociais em torno dos conteúdos midiáticos revelam as potencialidades da relação entre mídias antes ditas de massa com as redes digitais. Receptores têm suas definições revistas e a liberdade de escolha, navegação e interferência nos conteúdos disponibilizados nas mais diversas mídias confere àqueles, muitas vezes, o papel de produtores de conteúdo, quando não apenas consomem o que circula pelas redes. A circulação ganha uma dimensão antes ignorada e se consolida como processo fundamental na constituição da comunicação como elemento fundamental da sociedade e campo de estudos.

A atual interligação entre conteúdos midiáticos e redes digitais, potencializada pela mobilidade da conexão e dos dispositivos, enseja novos formatos e práticas. É comum, por exemplo, um indivíduo assistir à televisão e ao mesmo tempo interagir com outros indivíduos sobre o conteúdo televisivo usando o celular ou outro dispositivo conectado à rede, como um laptop ou até mesmo um desktop. Percebe-se nesse tipo de comportamento, as interligações possíveis entre diferentes mídias e a idealizada concretização de um hipertexto, não mais limitado apenas à web e à navegação por entre os links de suas páginas, mas que tem implica a apropriação, pelos indivíduos, de conteúdos e ferramentas midiáticas diversas. Não basta apenas assistir a um programa, é preciso também comentá-lo no Twitter, no Facebook em blogs ou no próprio site da emissora que disponibiliza conteúdo sobre tal produto midiático, originalmente televisivo, em outros canais de comunicação. A interatividade se efetiva também mediante o consumo dos conteúdos, o qual se realiza por meio das interações entre os

indivíduos que fazem uso de diversas opções e mecanismos de comunicação para não apenas consumirem o conteúdo, mas comentarem, interagirem e, muitas vezes, até mesmo participarem produzindo a partir desse conteúdo.

Este capítulo reuniu questões fundamentais que demarcam o fortalecimento da convergência midiática como um tema de investigação central para muitas pesquisas em comunicação. Foram exploradas referências que dão a partida na formação de um quadro teórico que não se esgota em poucas linhas, mas que se espalha por estudos que analisam a convergência em uma infinidade de situações comunicacionais. No próximo capítulo são fornecidas explicações sobre como a recuperação desse grupo de ponderações sobre convergência forma a estrutura de um modelo de análise que pode ser aplicado por completo, ou em partes, para pesquisas que pretendem identificar e esmiuçar situações de convergência midiática.

CAPÍTULO 3

O modelo de análise

Desvendar as nuances conceituais da convergência requer um direcionamento de foco para as teorias sobre o assunto. Santaella¹⁴⁶ pontua como esse esforço deve vir da busca de mais do que meras descrições de fenômenos. Precisa vir do estabelecimento de leis e princípios capazes de explicar os fatos por meio da consolidação de relações entre os acontecimentos, da constituição de conceitos e de redes conceituais edificadas pelos pesquisadores. É dessa forma que são obtidas leis, hipóteses e teorias que permitem a compreensão e a ordenação do universo mediante explicações, previsões e sistematizações.

Com base nessa valorização, a investigação conceitual feita nos dois primeiros capítulos tensiona uma série de definições encontradas no campo da comunicação, buscando ordenar e compreender essa variedade de entendimentos para avançar sobre o conjunto teórico acerca da convergência midiática. A construção de um conjunto de categorias analíticas é o resultado desse processo, uma contribuição para futuras análises acerca das relações entre diferentes mídias. Este terceiro capítulo dissecar os passos metodológicos necessários para a constituição das bases teóricas do modelo de análise. Para cada caso em que o modelo for aplicado, é necessário promover adaptações ao conjunto de referências, visando assim uma adequação teórica que dê conta das especificidades sobre convergência que serão investigadas pelo pesquisador que faz uso do modelo. Por exemplo, se a aplicação do modelo for realizada em um estudo sobre a convergência jornalística envolvendo o rádio e as redes digitais a constituição teórica apresentada neste livro, precisa ser ampliada por meio da incorporação de bibliografias que se dedicam a pensar a convergência com relação ao rádio e suas imbricações com outros meios de comunicação e as redes digitais. Essa adaptação deve englobar os níveis técnico, social e cultural da convergência na esfera do rádio como um meio de comunicação.

A convergência, na medida em que é cada vez mais atrelada aos processos de digitalização, precisa ser pensada a partir de uma perspectiva que acione a Internet como eixo articulador da reflexão nos níveis técnico, social e cultural. Como ponto de sustentação na construção de análises sobre o processo, é recomendável tomar a Internet como um artefato cultural, buscando apoio em Fragoso, Amaral e Recuero¹⁴⁷. Indicando a perspectiva adotada pelo coletivo de pesquisa espanhol Mediacciones, da Universitat Oberta de Catalunya, que considera a Internet como uma tecnológica midiática que gera práticas sociais. As autoras justificam essa menção ao processo de convergência midiático, de modo que a constituição de objetos de investigação no contexto digital possibilitaria “seguir as práticas e os atores sociais”, considerando a dimensão material, além da simbólica, por meio das quais o campo é definido ao longo do trabalho de pesquisa. Essa abordagem destaca a dimensão social da Internet ao mesmo tempo em que não desconsidera o elemento técnico presente nos estudos sobre o campo. A socialidade construída por intermédio das mídias é o foco, que todavia não desvia sua atenção da materialidade dos dispositivos midiáticos envolvidos nos processos de comunicação estabelecidos.

Convergindo com essa interpretação da Internet como tecnologia, Planells¹⁴⁸ a considera como um conceito que inicialmente faz referência a uma tecnologia determinada; no entanto, o ponto de partida de uma área de estudo nas ciências sociais e humanas não deve se basear apenas em critérios técnicos, mas também em fatores socioculturais, de maneira que a Internet deve ser analisada como um fenômeno social. E é sob essa noção de apropriação técnica, social e cultural dos meios que se deve estudar a convergência, de forma que ambas as perspectivas se mostrem adequadas para embasar a construção de um método de análise nos moldes aqui propostos.

Os estudos sobre convergência implica o exame de práticas socioculturais e suas relações com alterações e apropriações técnicas realizadas por diferentes atores envolvidos em processos comunicacionais. Esse é um caminho que abre vias de observação e análise sobre convergência mediante categorias que levam em conta os níveis técnico, social e cultural da convergência. Trata-se de um

movimento teórico-epistemológico que fundamenta o esquadrinhamento empírico a ser realizado quando da aplicação do modelo. Os próximos dois itens descrevem como esse movimento pode ser realizado.

Movimento teórico-epistemológico

Um trabalho de pesquisa conceitual pressupõe a recuperação histórica do conceito a ser estudado. Essa recuperação pressupõe do pesquisador a observação da multiplicidade de definições por vezes existentes no corpo teórico sobre o assunto, tarefa nem sempre possível diante da escassez de referências sobre alguns temas. O que não é o caso da convergência. É substancial também que se elabore uma postura crítica sobre a produção já existente. No caso da convergência, a dialética estabelecida entre os níveis técnico, social e cultural auxilia na percepção de como o fenômeno circula e causa impacto nesses âmbitos, além de permitir a análise de como a convergência evolui e se modifica ao longo do tempo nas diferentes esferas pelas quais perpassa.

A constituição do movimento teórico-epistemológico que culminou na elaboração desse modelo de análise se deu principalmente por meio de exercícios de leitura organizados a partir das argumentações que Kleiman¹⁴⁹ reúne sobre uma prática metodológica da atividade de leitura. Partindo da premissa da complexidade do processo de leitura, ela destaca que o processo se equipara a tarefas cognitivas como a resolução de problemas, a introdução na mente de uma informação necessária ao indivíduo e a aplicação de um conhecimento a uma situação nova; tudo isso aliado ao engajamento de fatores como a percepção, a atenção e a memória no esforço de conferir sentido ao que se consome mediante a leitura. Nesse sentido é que podem ser feitos exercícios de compreensão e interpretação, além da simples manipulação mecanicista de sequências discretas de sentenças para que se depreenda um significado global do texto. A interação entre o autor e o leitor também é algo a ser considerado, por meio da observação do quadro referencial levantado pelo autor do texto que se está lendo, de modo que se possa assim refutar e criticar o conteúdo. Esse aporte metodológico de leitura é pertinente para aperfeiçoar o método de

levantamento bibliográfico, enriquecendo o processo de leitura por intermédio de atividades que estimulem o potencial crítico do pesquisador que investiga determinado conceito.

Esses exercícios permitiram, no caso desta investigação sobre convergência, que se dividisse a pesquisa bibliográfica em dois movimentos, um teórico e outro epistemológico, como já dito. São movimentos que podem ser replicados ainda sobre a convergência, à medida que novas pesquisas sobre o assunto são publicadas e também para ajustar a investigação de acordo com o objeto a ser analisado.

O movimento epistemológico serve primordialmente para localizar a pesquisa sobre convergência midiática no campo da comunicação. O objetivo de reconstruir a evolução da ideia de convergência é situar o leitor na história do tema. Dessa forma, as atividades de leitura partem de autores que deram início à discussão sobre o conceito de convergência. A recorrência a uma rede de outros nomes é feita mediante pesquisas em diretórios de produção acadêmica e consultas a referências e citações realizadas em produções anteriores. O objetivo é explorar as produções acadêmicas na tentativa de verificar a multiplicidade de ângulos pelos quais o tema pode ser analisado, o que desdobra a pesquisa sobre o fenômeno em diversas vertentes, ampliando assim o âmbito conceitual. A diferenciação estabelecida por Jenkins¹⁵⁰ entre interatividade e participação, por exemplo, demonstra a variedade de desdobramentos por meio dos quais é possível estabelecer objetos e focos de pesquisa sobre convergência.

Em 2010, em uma entrevista para a revista Contracampo¹⁵¹. Quando questionado sobre o que há de novo sobre convergência, Jenkins¹⁵² enxerga o crescimento da interação entre mídias tradicionais e as mais recentes, como se o poder das redes de radiodifusão fortalecesse as relações com o poder das redes digitais. Na prática, configura-se um momento em que a indústria tenta satisfazer o desejo do público de participar, de forma cada vez mais ativa, dos processos de produção e circulação de conteúdo. Porém, na teoria, o que se percebe é que vários autores ainda não encaram a convergência sob o ponto de vista interacional entre os

meios de comunicação e também entre pessoas. Ainda que parte da teoria não ignore apontamentos sociais e culturais sobre o fenômeno, percebe-se uma inconsistência nesse sentido, de modo que o caráter técnico no processo acaba protagonizando muitos estudos sobre o tema. Há um equívoco no momento em que se prioriza a materialidade dos dispositivos utilizados para o consumo dos conteúdos midiáticos e se deixa em segundo plano os níveis de socialidade e as camadas culturais envolvidas em processos de produção, circulação e consumo midiáticos que ocorrem em contexto de convergência. Em termos epistemológicos, um exemplo desse equívoco é a crença a respeito da substituição entre os meios, que acaba permeando algumas pesquisas e consequentemente fazendo parte de determinadas concepções sobre a convergência. Diferentes entendimentos sobre esse tipo de situação podem ser recuperados.

Recorrendo novamente à ilustração sobre as relações entre televisão e redes digitais, Miller¹⁵³, por exemplo, fala em transformação, pois não acredita na relevância do argumento que coloca televisão e Internet em oposição; Cardoso¹⁵⁴ utiliza o termo interligação para se referir ao relacionamento que se estabelece entre os dois meios; já Médola¹⁵⁵ apresenta um argumento semelhante, baseando-se na migração da televisão para a Internet, e Gómez¹⁵⁶ apoia-se no que chama de transmedialidade para denominar o processo de circulação de um conteúdo por diferentes suportes, porém sem a eliminação de diferentes meios.

O movimento epistemológico, ao resgatar as origens do conceito de convergência midiática, demonstra a existência de muitas definições que se baseiam no componente tecnológico. O objetivo de situar historicamente a pesquisa revela que as primeiras tentativas de compreender e definir o fenômeno fundamentam-se na tecnologia como o principal elemento do fenômeno, privilegiando assim o caráter técnico para abordar o tema, em detrimento de percepções sobre a relevância dos outros níveis aqui elencados.

A realização de um movimento teórico parte do movimento epistemológico que reconstrói a história do conceito, ao mesmo tempo em que apresenta as diversas

perspectivas sob as quais é estudado. Nesse movimento o objetivo é mostrar como o conceito é apropriado e trabalhado por diferentes autores que se dedicam a analisá-lo. Essa incursão permite agrupar também questionamentos acerca da produção teórica segundo os três níveis de análise que o movimento de análise propõe.

A teoria permite que se elabore acerca do conhecimento já produzido, lembra Paviani¹⁵⁷, mas também, por outro lado, serve como apoio para a exploração de novos conhecimentos. É sob essa perspectiva que uma pesquisa de caráter conceitual visa recuperar o conhecimento já produzido sobre o conceito investigando tendo como propósito avançar a partir do que já foi produzido teoricamente. Com o objetivo de “descrever e ou de explicar os problemas, sistematizar conhecimentos já produzidos”, Paviani¹⁵⁸ acredita na capacidade que a teoria possui de “auxiliar nos atos de descrever e/ou de explicar os fatos, os eventos, os fenômenos do mundo ou daquilo que costumamos chamar realidade”. É por isso que, em suas palavras, “a teoria, quase sempre, tem a função de aplicabilidade, isto é, sem ela os fatos individuais e espaço-temporais não podem ser explicados ou interpretados”. A teoria é mais do que a descrição ou explicação da realidade, pois chega até sua interpretação. E é dessa maneira que um movimento teórico expõe a abrangência teórica sobre o tema da convergência, mas interpreta essa diversidade conceitual para avançar na discussão propondo a categorização analítica do conceito.

Ao pensar a cibercultura de forma crítica, Rüdiger¹⁵⁹ entende conceitos como meios que estruturam ou modelam uma investigação e que correspondem ao que se pode propriamente chamar de teoria. A relação que um estudo conceitual pode adotar, e nesse caso adota, é justamente essa, dotada de um caráter teórico, construído a partir de um processo investigativo no campo da comunicação. O desmembramento em categorias que resulta desse movimento deve ser feito, no entanto, sem que se confunda conceitos e categorias, como alerta Paviani¹⁶⁰. Um conceito é resultado de uma concepção mental, podendo ser expresso numa noção simples, geral ou vaga, ou por meio de uma determinada definição, ainda que não precise se esgotar em uma única definição. O conceito de convergência possui uma diversidade ampla de definições, e de acordo com as colocações que Paviani¹⁶¹ faz, um conceito pode ser visto como um processo em constante

recriação, o que também se pode dizer a respeito da convergência a partir da recuperação de sua evolução conceitual. Sobre categorias, Paviani diz que o termo é utilizado para se referir a classe, qualidade, ordem, para classificar pessoas, gêneros, tempo, modo etc., ressaltando que não deve ser confundido com conceito. O que se faz com o conceito de convergência mediante esse movimento teórico e epistemológico e desdobrá-lo em categorias analíticas para construir um detalhamento maior das especificidades do conceito e da abrangência teórica que cada categoria abarca.

Lopes¹⁶² fornece subsídios interessantes para se pensar essa problemática de pesquisa conceitual diante do esforço de definir um conjunto de categorias. “Essa definição deve vir acompanhada pela elucidação dos conceitos envolvidos”, porque o problema se caracteriza como um conjunto de proposições que estabelecem relações entre conceitos de elevado nível de abstração, sendo necessária a operacionalização desses conceitos. A definição de tais categorias remete à criação de indicadores, que Lopes¹⁶³ entende como “concreções de cada variável ou dimensão em que foi decomposto o conceito original”.

Categorias o conceito para futuras análises empíricas é uma forma de contestar o entendimento de que apenas a presença de diferentes mídias no ambiente digital seja um postulado suficiente para se caracterizar um processo de convergência. A exposição epistemológica e teórica demonstra a necessidade de ampliar a discussão sobre o tema, para precisar o conceito que é por vezes apropriado de maneira muito abrangente com relação à tecnologia, o que pressupõe a análise de outros fatores para que seja dimensionado de maneira mais completa.

Categorização analítica do conceito de convergência midiática

O desdobramento do conceito de convergência é feito em sete categorias pelas quais se propõe que o fenômeno seja analisado. Essas categorias foram definidas

a partir do movimento teórico-epistemológico explicado no item anterior. A proposta de categorização analítica serve como um modelo de análise para aplicação em pesquisas que buscam analisar a convergência midiática como um fenômeno entre diferentes meios de comunicação, de modo que pode ser apropriado por completo ou a partir de algumas das categorias. É um modelo de análise flexível, que deve ser apropriado pelo investigador de acordo com as características do objeto investigado. Assim, em cada caso são necessárias adaptações que podem incluir outras categorias a partir das elencadas nesse modelo e que atendam às particularidades de cada objeto. Essa adaptação deve ser feita com rigor científico e metodológico por meio de um exercício exploratório de referências, sempre com o objetivo de compreender as nuances do contexto no qual se pretende analisar um caso de convergência midiática.

Ao final da exposição de cada uma das categorias a construção de um quadro resume as abordagens citadas. Essa organização visual facilita a apreensão de alterações nos entendimentos e argumentações aos quais se recorre para traçar uma linha evolutiva de cada categoria. Os quadros não esgotam o conjunto de teorizações sobre as categorias. A organização das referências aponta diferenças entre os autores, não só nas maneiras pelas quais enxergam as categorias, mas também com relação ao que os motiva aprofundar a fala sobre o tema. Assim, além das referências que aparecem nos quadros, outras podem ser inseridas, na medida em que as análises podem ser direcionadas para um contexto específico, atendendo assim a função de uma proposta de categorização analítica da convergência midiática. O quadro é um instrumento que pode ser utilizado em diferentes pesquisas, com adaptações de acordo com os meios estudados e com as perspectivas adotadas.

Inserir a discussão teórica no quadro mostra como a convergência tem particularidades que precisam ser pensadas com detalhamento para que não se deixe de lado a compreensão de que a complexidade do fenômeno é muito mais do que apenas técnica. O quadro é organizado cronologicamente e nesse sentido abre espaço para a inserção de outras referências que abordam questões específicas de cada contexto histórico. É notável, obviamente, que os entendimentos são coerentes com os períodos em que foram construídos, pressupondo assim um tensionamento de acordo com o momento de cada

análise.

Após os quadros, um exemplo é trazido ao texto, para que se reflita sobre a categoria em contexto de convergência. O exemplo é resultado de um exercício de observação sobre o Mídia Ninja, como parte das atividades de pesquisa de um projeto¹⁶⁴ iniciado em 2015, sobre produção e a circulação de conteúdos por coletivos midiáticos em contexto de movimentos em rede. Cabe aqui uma breve contextualização do cenário em que o projeto se desenvolve.

No Brasil, 2013 foi um ano que deixou muitas marcas na história política do país. As consequências do que aconteceu a partir das manifestações de junho daquele ano ainda estão em andamento, em 2017, e para a comunicação uma grande gama de questões de pesquisa passou a ser explorada desde então. Naquele ano, uma série de atos pela redução do valor das passagens de ônibus ganhou força em Porto Alegre, espalhando-se pelo país e tendo seu conjunto de reivindicações ampliado¹⁶⁵. Mas, diferentemente de manifestações anteriores, o barulho das massas não se limitou às ruas, partiu de sites de redes sociais, ganhando força por meio não só de mobilizações presenciais, mas, e talvez principalmente, por meio do Twitter e Facebook, e de grupos de comunicação online autodeclarados independentes, que no projeto de pesquisa são chamados de coletivos midiáticos. A tensão nas ruas permeou as relações comunicacionais: meios e veículos de massa que já vinham perdendo o monopólio da narração¹⁶⁶ agora concorrem pela atenção das audiências com mídias sociais e coletivos midiáticos, os quais pautam sua produção de conteúdo na colaboração e na convergência. Essa conjuntura gera uma série de questionamentos sobre processos de produção, circulação e consumo midiáticos e demanda a atenção para novas práticas de organização, mobilização e comunicação oriundas da rotina de protestos. Num exercício de aplicação do modelo de análise ao processo de convergência da cobertura dos protestos feita pelo coletivo midiático Mídia Ninja, foram coletados dados durante os dias 30 de setembro a 13 de outubro de 2013, período em que atos pela melhoria das condições de trabalho dos professores tiveram destaque no Rio de Janeiro e em São Paulo. Foram averiguadas as publicações sobre protestos publicadas no perfil no Twitter e na fanpage do coletivo, na tentativa de identificar como as categorias da convergência desse modelo de análise apareciam nas rotinas de

cobertura do grupo durante esses atos.

Os próximos itens são dedicados ao aprofundamento de cada uma das categorias de análise propostas, a apresentação do quadro e do exercício aplicado ao Mídia Ninja como exemplo de aplicação do modelo de análise.

Interatividade

As novas formas de interação homem-máquina foram um dos fatores decisivos no que se refere à apropriação social dos computadores¹⁶⁷. A partir da intensificação desse tipo de interação o uso dos computadores, e posteriormente de outros dispositivos, inclusive móveis, de comunicação digital, molda e é moldado por uma série de situações técnicas, sociais e culturais. Implementações tecnológicas vêm sendo responsáveis por transformações sociais e culturais em termos de interatividade. E a recíproca também é mais que verdadeira, de forma que transformações sociais e culturais também vêm impulsionando o desenvolvimento de novas técnicas que permitem novas formas de interatividade. Entre a crítica ao determinismo tecnológico, que refuta a opção de se compreender o fenômeno da comunicação por meio dos meios e ao conjunto de argumentos que vão apontar a comunicação como algo inerente à condição humana, entendendo o processo comunicacional como fato e necessidade social, talvez seja melhor não definir uma opção. Não se trata, dessa forma, de se isentar de assumir um paradigma, mas de perceber a relevância de ambos, ainda mais em um contexto em que as interdependências entre máquinas e seres humanos tanto se acentuam.

A interatividade é hoje fortemente associada com a computação, mas Jensen¹⁶⁸ chama a atenção para a derivação da noção sociológica de interação entre agentes humanos, aquela que acontece face a face, e também outros tipos de interação indireta em diferentes níveis da estrutura social. Watzlawick, Beavin e Jackson¹⁶⁹, ao estudarem padrões de interação fornecem bases consistentes para

a discussão no campo da comunicação, justamente debruçando-se sobre os aspectos referentes à camada que resulta da relação entre os agentes de um processo comunicacional. Ao abordarem a interação como um sistema, a partir da teoria geral dos sistemas, buscam compreender a natureza dos sistemas interacionais, partindo do entendimento de que indivíduos comunicantes participam de relações, que podem ser horizontais ou verticais, com outras pessoas e também com sistemas.

A interatividade, nos moldes Jensen, refere-se ao modo como os usuários de computadores operam essas máquinas de maneira sequencialmente estruturada e que, quando importado para o âmbito dos meios de comunicação, o conceito se torna ambíguo, pois pode ser pensado do ponto de vista da interatividade das pessoas com o meio e também entre as pessoas por um meio, mesclando assim interações de níveis técnico e social. Para superar essa ambiguidade, ele recorre aos conceitos de agência e estrutura¹⁷⁰, propondo uma interdependência entre esses dois conceitos com o meio e sugerindo assim três tipos de interatividade decorrentes dessas inter-relações. A interatividade 1, como o tipo de interatividade estabelecida entre a agência e o meio, quando se clica em um link, no caso de um like no Facebook, por exemplo, ou quando se envia uma mensagem por meio de um serviço de troca de mensagens, hoje o Whatsapp como um dos mais populares. Nesse tipo de caso a interatividade consiste na escolha de uma determinada ação dentre uma quantidade pré-determinadas de opções. Na interatividade 2, as relações estabelecidas se dão entre o meio e a estrutura, ou seja, entre o meio e outras instituições, dentro da estrutura social. Nesse caso, percebe-se a influência recíproca entre sociedade e cultura. Por fim, na interatividade 3 é estabelecida a relação entre a estrutura social e os interesses individuais dos cidadãos com os interesses nacionais e políticos e com as corporações globais. Um exemplo desse tipo de interação é o envolvimento dos cidadãos na democracia política e nos movimentos populares por meios da esfera pública¹⁷¹.

O interacionismo simbólico de Blumer¹⁷² também fundamenta o debate sobre interatividade nos estudos sobre comunicação ao articular, ainda nos anos 30, argumentos sobre as ações tomadas pelos seres humanos a partir dos significados oferecidos pelo mundo, a significação proveniente da interação social e,

consequentemente, a manipulação desses significados mediante processos interpretativos. A diversidade de interações sociais possíveis no âmbito da sociedade é, na perspectiva do interacionismo simbólico, um reflexo dessa flexibilidade que o conceito possui e que era ignorada em teorias de viés funcionalista. A perspectiva tem um peso considerável no fortalecimento de argumentações que vão se desvincular de abordagens reducionistas.

A interatividade nos parâmetros dessa reflexão sobre convergência midiática é interação técnica e, ao mesmo tempo, interação social. Ambas deixam rastros na cultura, também modificada pelo desenvolvimento tecnológico. Lemos¹⁷³ utiliza o trânsito como exemplo, definindo a interação técnica como quando o motorista interage com seu carro, ao dirigir, e a interação social quando ele interage com os outros motoristas. Há, de todo modo, uma cultura entre motoristas e pedestres – e aqui é possível traçar uma extensa linha do tempo na tentativa de perceber como as transformações tecnológicas e as transformações sociais e culturais acontecem junto com apropriações comunicacionais no que tange à mobilidade urbana. A Uber¹⁷⁴ e a AirBnb¹⁷⁵ são exemplos de empresas que reinventam velhas práticas, ilustrando como experiências de transporte e hospedagem podem ser ressignificadas a partir da tecnologia. São questões técnicas, sociais e culturais envolvidas no uso das plataformas que interferem na economia de uma localidade em que são incorporadas.

Essas transformações, antes de qualquer impacto significativo que possam provocar, dependem dos usos e das apropriações feitos da tecnologia. Para interagir com outros seres humanos por meio de dispositivos digitais, o homem precisa saber manuseá-los, por isso Lemos¹⁷⁶ alia a ideia de interatividade com a de interface – tentar definir interatividade sem pensar na interface é inviável –, afirmando a necessidade de um ambiente que proporcione a conexão e a conversação que vão efetivar a interatividade. Meios originariamente analógicos, que hoje são atravessados pela digitalização dos processos, limitavam a interação direta entre os atores envolvidos na comunicação. Esse diálogo acontecia, mas geralmente fora do meio, num ambiente de conversa, informal ou por correio ou telefonemas, em alguns casos. Seriam as cartas, os telefonemas e hoje a web e os aplicativos móveis as interfaces que possibilitam diferentes tipos de interação entre esses atores? Quando há interação técnica e quando há

interação social numa situação de convergência midiática)? Seria a interação técnica aquela que o indivíduo estabelece, por exemplo, com o controle remoto, com a tela do smartphone? Seria a interação social aquela que o indivíduo estabelece com outros indivíduos quando conversa sobre o conteúdo consumido na televisão, ou então quando envia um e-mail ou usa o aplicativo de um canal ou programa? E o nível cultural dessa interatividade? Qual o impacto dessas interações técnica e social no âmbito da cultura estabelecida no consumo de conteúdos midiáticos? Utilizando a televisão como exemplo, Lemos¹⁷⁷ menciona outros dois tipos de interação, do tipo analógico digital com a máquina, e do tipo eletrônico digital com o conteúdo televisivo. O exemplo pode ser adaptado para outros meios, como o rádio, por exemplo. A interatividade se situa em três níveis, que não são excludentes entre si: técnico analógico mecânico; técnico eletrônico digital, e social. A interatividade digital é um tipo de relação tecnossocial, e a tecnologia digital tem o potencial de possibilitar não apenas a interação do indivíduo com o objeto técnico, mas com o conteúdo e também com outros indivíduos, de modo que a classificação proposta pelo autor se encaixa nos níveis técnico e social aqui discutidos. Ele não desconsidera o aspecto técnico envolvido nas interações que se estabelecem entre os indivíduos com o meio, nem mesmo entre os indivíduos entre si pelo meio. O elemento técnico é colocado em destaque quando se trata sobre as interações com a máquina e com o conteúdo, mas não é desconsiderado quando a socialidade é tomada como foco ao se tratar das interações entre os indivíduos por meio da máquina.

Enquanto para definir os tipos de interatividade o autor leva em consideração com o que o indivíduo interage, se com uma máquina, com o conteúdo ou com outros indivíduos, uma abordagem anterior é feita por Thompson¹⁷⁸ sobre a interação a partir de critérios como a relação espaço-tempo, as possibilidades de deixas simbólicas, a orientação da atividade e o fato da interação ser dialógica ou monológica. Sua fala acontece a partir de um olhar para os meios de comunicação, tendo a televisão como principal parâmetro, classificando o conceito em interação face a face; interação mediada e interação quase mediada¹⁷⁹.

■

Características interativas

Interação face a face

Espaço-tempo	Contexto de copresença; sistema referencial
Possibilidade de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas
Orientação da atividade	Orientada para outros específicos
Dialógica/monológica	Dialógica

■ QUADRO 2 - INTERAÇÃO PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

FONTE: THOMPSON, 1998, p. 80.

Na tabela que aparece com frequência em estudos sobre interatividade, a interação face a face é descrita como a que acontece num contexto de copresença, na qual os participantes compartilham do mesmo referencial de espaço e tempo. Esse tipo de interação possui um caráter dialógico, implicando um fluxo de comunicação bilateral, marcado pelas diversas possibilidades do uso de deixas simbólicas, como gestos, mudanças no tom de voz, expressões faciais etc.

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

Por fim, a interação quase-interação mediada designa as relações sociais estabelecidas via meios de comunicação de massa. É um tipo de interação que se espalha pelo espaço e pelo tempo. Ao contrário dos outros dois tipos de interação, na quase-interação mediada o conteúdo, as formas simbólicas são dirigidos para um número indefinido de receptores potenciais. Além disso, ao contrário das duas outras interações, a quase-interação mediada é monológica, sendo o fluxo da comunicação que se estabelece nesse tipo de interação unilateral. A disponibilidade das mensagens transmitidas por um meio baseado em interações mediadas e quase-mediadas é dilatada no tempo e no espaço. Assim, ao contrário da interação face a face, na qual os participantes possuem as mesmas coordenadas, na quase-interação há um diferente conjunto de coordenadas de espaço e tempo que devem ser manejadas pelos receptores do conteúdo. Além disso, Thompson¹⁸⁰ chama a atenção para o caráter monológico

de meios como a televisão, que naquela época era ainda mais pensada a partir de um fluxo de mensagens predominantemente unilateral, característico de todas as formas de quase-interação mediada. Sem negar algumas possibilidades de intervenção por parte de consumidores de conteúdos, entende que na prática poucas pessoas se aproveitavam dessas possibilidades. Não era bem o que Jenkins¹⁸¹ pensava alguns anos antes, mas talvez as bases de investigação dos dois autores fossem bem distantes.

No contexto digital, há que se repensar alguns apontamentos feitos dessa tabela. No atual panorama midiático é notável o aumento do número de pessoas que se apropriam de possibilidades de comunicação por meio das redes para não só produzir conteúdo, mas interagir sobre incontáveis produtos midiáticos. As redes se tornam um ambiente propício também para outros meios e veículos, que passam a colocar em circulação conteúdos originários de outros meios, além de monitorarem a circulação e o consumo dessa produção.

Resgatando a classificação sobre a evolução tecnológica tecida por Lemos¹⁸², Primo¹⁸³ levanta uma crítica, dizendo que a relação tecnossocial não se configura plenamente nos estudos sobre televisão no atual cenário digital. Ele defende seu ponto de vista com alguns exemplos, como o fato de que a oferta de diversos canais pela TV a cabo garante ao telespectador mais opções, mas lembra que a transmissão das mensagens desses canais acontece por um fluxo sequencial e unilateral, sem permitir que seus telespectadores manifestem qualquer tipo de opinião e/ou interajam diretamente com os apresentadores dos programas. Para ele, o que se considera como nível mais alto de interação é a simples escolha, por parte do telespectador, entre alternativas previamente disponibilizadas, resumindo-se a interação a reação, além de uma valorização exclusiva da técnica.

Aqui abre-se espaço para uma atualização dessa crítica, já que a oferta de conteúdo televisivo hoje, e isso já não é novidade, não mais se restringe aos canais de televisão, sejam esses canais abertos ou fechados. O mesmo acontece com outros meios originariamente analógicos, como revistas, jornais impressos,

cinema e rádio. Os conteúdos desses canais estão disponíveis online, seja por meio de sites oficiais, seja por uploads realizados pelos telespectadores que inserem esse conteúdo na web, seja por sites de redes sociais e aplicativos móveis. Os consumidores desses conteúdos vão além dos meios originários, buscando conteúdo mediante a formação de um fluxo de pesquisa em busca do que lhe interessa assistir, a qualquer hora, a partir de qualquer lugar. Isso também não é algo essencialmente novo, mas intensificado a partir do desenvolvimento tecnológico e da expansão do acesso à Internet. A relação tecnossocial acontece nesse fluxo, na busca que já não é mais individualizada, mas acompanhada e auxiliada por outros consumidores; no diálogo sobre os conteúdos encontrados e na constituição e alimentação desses espaços, que também não surgem pelas mãos dos produtores originais. A geração de conteúdo por aqueles há uns anos entendidos apenas como receptores interfere nessa classificação proposta por Lemos¹⁸⁴ sobre as interações em diferentes níveis.

A maioria dos recursos tidos como interativos é, na verdade, reativa, pois se limita a oferecer opções predeterminadas para os telespectadores (e que hoje já nem são mais apenas telespectadores, pois vão além do ato de simplesmente assistir a programação). Primo¹⁸⁵ não descarta esse caráter reativo como um tipo de interação. Sua perspectiva sobre interatividade volta-se para o que acontece entre os participantes de um processo interativo, seja qual for o nível de interatividade estabelecido em tal processo. Seu objetivo é estudar o relacionamento entre os interagentes sem distinguir o que é ou não interação, mas distinguindo a interação no que se refere ao relacionamento mantido entre os interagentes. A partir da observação desse relacionamento, propõe a interação mútua baseada em relações interdependentes e processos de negociação, e a interação reativa, limitada por relações de estímulo e resposta. Além dessa diferenciação entre os tipos de interação, destaca que em muitos dos relacionamentos entre os interagentes a comunicação é estabelecida por meio não só de um único canal, mas de vários, o que ele chama de multi-interação, de modo que podem ocorrer diversas interações simultâneas, tanto reativas quanto mútuas.

Há, no entanto, possibilidade de se ir além de uma polarização entre interações mútuas e reativas, e talvez o entendimento de multi-interação não seja a melhor

solução. As relações estabelecidas com os dispositivos, com os conteúdos e com as pessoas não se traduzem apenas como uma multiplicidade de interações. Há mais complexidade nessa equação, que é mutante, cambiável a todo momento, ainda que em outros possa ser sempre estanque, considerando que há pessoas que ainda apenas consomem um conteúdo midiático e pouco agem sobre ele.

O fortalecimento de um panorama midiático cada vez mais permeado pelo uso não só da web, mas de aplicativos e serviços nativos de dispositivos móveis de comunicação, reconfigura todas essas questões de forma significativa. Ao mesmo tempo em que as pessoas podem falar sobre os produtos midiáticos que consomem, os veículos, os produtores desses conteúdos ficam cada vez mais atentos a essa produção de sentido que se estabelece nas redes. A produção não termina no momento da publicação; deve ir além, numa atividade de monitoramento das redes, sobre a recepção do que é colocado em circulação e apropriado pelas redes.

Um exemplo desse monitoramento pode ser observado mediante o trabalho realizado por Campanella¹⁸⁶, que observou uma comunidade online de discussão sobre o programa Big Brother Brasil (BBB), que considera como um programa multiplataforma, já que, na edição brasileira, pode ser acompanhado pela televisão aberta, pelo canal pay-per-view, pelo telefone e pela Internet por meio do site do programa. Campanella aborda a diversidade de leituras possíveis do BBB em função da multiplicidade de plataformas pelas quais o conteúdo circula, além do conteúdo produzido pelos telespectadores no ambiente online. Nesse sentido, é a reconfiguração do modelo de comunicação que suscita o repensar de diversas considerações tecidas acerca do fluxo midiático, e a interatividade sofre um impacto imediato dessa reconfiguração tanto no que se refere à produção quanto à recepção de conteúdos. Jenkins, Green e Ford¹⁸⁷ se baseiam nessa transformação para propor a ideia de espalhamento. Há que se pensar hoje na realização de um processo encadeado de produção de conteúdo que inicia na formulação técnica de produtos midiáticos que potencialmente ofereçam possibilidades interativas aos futuros consumidores desse conteúdo, o que pressupõe a estruturação de um planejamento focado em níveis de interatividade que envolvam produtores, conteúdo e consumidores. O foco desse planejamento já deve estar direcionado para levar em conta modificações de âmbito social e,

consequentemente, cultural, já que mudanças de comportamento podem ocorrer em função de novas práticas impostas ou decorrentes das maneiras como esses produtos irão circular.

Nesse sentido, é fundamental inserir na discussão a diferenciação que Jenkins¹⁸⁸ faz entre interatividade e participação. Trata-se de uma diferenciação pouco explorada em trabalhos de pesquisa na comunicação. Não é incomum encontrar em pesquisas produção e circulação de conteúdos em sites de redes sociais, produção de sentido por meio da coletividade nas redes, entre outros tantos temas do campo, o entendimento que toma como semelhantes os conceitos de interatividade e participação. O que se torna comum, nesses casos, é a perda da consistência analítica da investigação, que perde nuances importantes dos fenômenos observados, impedindo assim o avanço da discussão e a delimitação de particularidades representativas de comportamentos relacionados aos usos de dispositivos digitais de comunicação.

A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao feedback do consumidor. Pode-se imaginar os diferentes graus de interatividade possibilitados por diferentes tecnologias de comunicação, desde a televisão, que nos permite mudar de canal, até videogames, que podem permitir aos usuários interferir no universo representado. A participação, por outro lado, é moldada pelos protocolos culturais e sociais. [...] A participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores midiáticos e mais controlada pelos consumidores de mídia¹⁸⁹.

O autor explica que o computador oferece várias possibilidades de interação com o conteúdo das mídias, enfatizando o caráter técnico da ideia de interatividade; porém destaca o uso cada vez mais intenso da web como forma de participação por parte dos consumidores nos conteúdos midiáticos, formas que muitas vezes não foram autorizadas e previstas pelos produtores desses conteúdos. Assim, afirma que permitir a interação dos consumidores com os conteúdos midiáticos é algo que está em um nível diferente no qual está a permissão para os consumidores participarem na produção e na distribuição desses conteúdos. Essa

diferenciação feita carrega um caráter fortemente social, pois, ainda que dependente de alterações técnicas, interfere na definição do modelo comunicacional que se estabelece a partir no nível de atividade do indivíduo em determinado processo comunicacional, o que conseqüentemente carrega reconfigurações de âmbitos social e cultural.

Fica evidente que a ideia de interatividade tem um papel importante para auxiliar no entendimento da relação entre comunicação e ação, de modo que o autor condiciona o processo de comunicação com a ação do indivíduo, e vice-versa. Toda ação humana pode ser considerada comunicação, assim como toda comunicação é uma forma de ação e toda a comunicação antecipa uma ação. A interatividade se origina dessa interligação entre comunicação e ação e quando Jenkins¹⁹⁰ fala em participação, pode-se relacionar sua argumentação com esse caráter ativo da interatividade indicado por Jensen¹⁹¹ para indicar aqui o entendimento dessa categoria como componente essencial do conceito de convergência midiática.

A participação e o compartilhamento como subcategorias da interatividade

Segundo essa diferenciação entre interatividade e participação, pela observação da trajetória dos meios de comunicação nesse contexto digital e a partir do desenvolvimento da web e das tecnologias digitais, a participação é enquadrada nesse modelo de análise como uma subcategoria da interatividade. É fato que sem a interatividade a participação não se concretiza; no entanto, não é imprescindível a ocorrência da participação para que se verifique a efetivação da interatividade. No exemplo de um programa de rádio, é comum a interatividade acontecer pelo telefone, já antes mesmo da consolidação das tecnologias digitais de comunicação. Hoje, o que acontece são interações por meio de serviços como o Whatsapp, uma página da emissora ou programa no Facebook. É cada vez mais recorrente o uso de diferentes aplicações digitais para compor um quadro de possibilidades interativas entre a rádio e seus ouvintes, e inclusive entre esses ouvintes. A participação desses ouvintes tem início quando a produção do programa abre canais pelos quais o público pode enviar sugestões sobre o

conteúdo desse produto midiático que poderão vir a ser incorporadas, ou até mesmo quando a produção monitora o que é comentado e produzido pelo público, trabalhando com esse conteúdo na condução futura do programa. Condições de trânsito, coberturas ao vivo e outros tipos de pauta comuns para uma rádio são hoje incrementadas pela participação dos ouvintes de forma muito mais acentuada que antes, já que não se trata apenas do áudio enviado por telefone, mas de conteúdos de diferentes formatos que irão compor não só as falas veiculadas pelos locutores, mas conteúdos que vão circular, por exemplo, pelo site da rádio, pela fanpage no Facebook e por uma conta no Twitter.

A novidade não está essencialmente na prática participativa, mas na maneira como é conduzida e potencializada pelas funcionalidades da tecnologia digital. O telefone, por exemplo, já possibilitava esse tipo de atividade antes do surgimento da Internet. No entanto, a diversidade de opções de interatividade e participação disponíveis hoje conferem mais autonomia às audiências, que podem, inclusive, criar canais de produção de conteúdo que podem contribuir, direta ou indiretamente, para a elaboração dos conteúdos de um veículo. Assim a participação é pensada como subcategoria da interatividade em função desse aumento de possibilidades participativas, que podem ou não serem aproveitadas, mas que estão ao alcance dos indivíduos consumidores de conteúdos de diferentes meios.

O compartilhamento é outro ponto a ser abordado quando se trata de participação, pensado aqui também como uma subcategoria da interatividade. Com a popularização de sites de redes sociais o compartilhamento de conteúdos é uma das principais práticas nesses espaços, ainda que, assim como a participação, não seja essencialmente novidade no ambiente digital. Ao abordarem a transição de um modelo de comunicação fundamentado na distribuição para um outro voltado para a circulação, Jenkins, Green e Ford¹⁹² mostram o quanto o compartilhamento move a cultura digital mediante diversos movimentos de produção e consumo estimulados pelo compartilhamento. Para tratar da reconfiguração do modelo de comunicação, em função da interatividade que se destaca no contexto atual, Jensen¹⁹³ retoma o esquema de comunicação proposto por Lasswell em 1948 (Who/Says What/In Which Channel/To Whom/With What Effect?), propondo a reformulação da questão para “who

shares what with whom, in which processes of interaction?”. Se no modelo de Lasswell a palavra de ordem seria transmissão, as configurações midiáticas a partir dos anos 2000 se voltam para o compartilhamento, contribuindo para a reformulação de um modelo em que a separação de papéis comunicacionais era estritamente definida, para um esquema em que os papéis se fundem, alterando-se em função do contexto.

Com essa reformulação, Jensen¹⁹⁴ resgata uma distinção entre o primeiro modelo de comunicação, de transmissão, e o segundo, de ritual, proposta por James Carey, em 1975. O modelo de transmissão é aquele que em que os meios são considerados mecanismos separados da sociedade, que podem ou não produzir efeitos. Já o modelo ritualístico estabelece que os meios produzem, necessariamente, efeitos, sendo a comunicação o compartilhamento de significado e partir da condição de comunidade. Ainda no início dos anos 2000, as transformações no comportamento de telespectadores ao assistir à televisão e ao mesmo tempo interagirem com outras pessoas na Internet sobre o conteúdo televisivo eram evidentes¹⁹⁵. Essa condição comunitária, que tem impacto direto no nível cultural, é hoje possibilitada pela simultaneidade de uso de diversos meios de comunicação, conferindo legitimidade à reformulação proposta por Jensen¹⁹⁶ em contraposição ao modelo de Lasswell. Estudos sobre segunda tela¹⁹⁷ e o impacto da produção de sentido nas redes sobre conteúdos originariamente veiculados em meios como televisão, cinema, rádio e jornais impressos ganharam força desde então.

Em um redesenvolvimento do modelo ritualístico, Jensen¹⁹⁸ cita o trabalho de Newcomb e Hirsch¹⁹⁹, que propõem um modelo de fórum cultural de comunicação ao colocarem a televisão como o mais popular e acessível meio em uma cultura, entendido como um fórum, no sentido clássico de uma arena de articulações e negociações de interesses comuns. O importante é saber quem pode deliberar acerca dessas articulações e como, ou seja, quem, estaria em posição de transmitir o que e para quem dentro de um processo de ritual dentro de um fórum. É a partir dessa linha de raciocínio desse dois modelos, de transmissão e de ritual, que Jensen pensa os meios digitais, sugerindo que, em vez de achar que as novas mídias teriam poderes suficientes para mudar velhas práticas de comunicação, pelo menos estariam oferecendo uma nova perspectiva

sobre os conceitos de transmissão e ritual.

A facilidade do acesso à informação é para Jensen²⁰⁰ tão comum quanto a disponibilidade que as pessoas ofertam aos fornecedores de informação. Há uma via de mão dupla que fomenta a comunicação e, num cenário diverso do estabelecido na época em que havia apenas as mídias analógicas, as mídias digitais permitem que diferentes atores sociais se tornem fontes abertas de informações e bancos de dados dinâmicos por meio dessa possibilidade de compartilhamento de conteúdo. Para melhor ou para pior, o autor acredita que as tecnologias digitais fazem com que a informação seja hoje acessível e disponível de outra forma, mediante novas estruturas de transmissão e ritual.

O compartilhamento se dá pela troca de informações, de mensagens, de conversações que fluem de forma independente de meios e canais responsáveis pela veiculação de produtos midiáticos. Essa produção, inclusive, já não é mais exclusiva de um conjunto pré-determinado de produtores. É decorrente de um complexo comunicacional constituído por atores que compõem fluxos de comunicação movidos por práticas de produção, circulação e consumo também intercambiantes. O compartilhamento deriva da interatividade que pode ser entre produtores e consumidores de conteúdos por meio das redes, mas que também pode ser aquela decorrente da relação do indivíduo com o conteúdo em si. Assim como a interatividade, em seus diversos níveis, abre oportunidades de participação na produção de conteúdos, abre igualmente chances de compartilhamento, o que não implica necessariamente a produção ou a interferência na condução de um programa televisivo, de uma alteração na pauta de uma rádio ou a constituição do texto de uma matéria jornalística, como pode ocorrer no caso da participação.

Ainda que percebendo a ocorrência de novas formas de acesso e disponibilização da informação, Jensen²⁰¹ reconhece que as sociedades se perfazem por meio dos dois modelos, de transmissão e de ritual, sendo o conteúdo transmitido e os rituais os responsáveis por impulsionar as transmissões. Logo, assim como determinadas mídias, algumas práticas

comunicacionais não são abandonadas, de modo que, mesmo que o desenvolvimento das mídias digitais e a ocorrência de novos costumes em torno de novos modos de comunicação se estabeleçam em função dos novos meios, o modelo de transmissão ainda permanece. Ou seja, ao se pensar a participação e o compartilhamento como subcategorias da interatividade, é preciso ter consciência de que nem sempre essas práticas se concretizam, já que nem todos os indivíduos estão dispostos a participar da produção ou compartilhar conteúdo. Teoricamente, as considerações sobre os modelos de transmissão e ritual vão ao encontro do desenvolvimento das mídias digitais. Há um aproveitamento do que o ambiente digital oferece para a intensificação da interatividade – e consequentemente da participação e do compartilhamento. Ao mesmo tempo, não significa necessariamente a configuração de novas práticas e modelos sem um envolvimento efetivo para a concretização deles. Novos rituais são estabelecidos para a ocorrência das transmissões, ainda que nem todas as práticas de produção, circulação e consumo aconteçam com base nessas subcategorias. A interatividade, como já dito, é nivelada, depende da atividade, ou passividade, dos indivíduos envolvidos nos processos comunicacionais.

O desenvolvimento técnico é visível e cada vez mais ampliado no atual contexto. A interatividade virtualmente proporcionada pelo surgimento contínuo de potencialidades técnicas diversas acompanha essa evolução. Há, no entanto, que se refletir e se questionar se o amadurecimento social e cultural segue esse mesmo ritmo evolutivo, já que as consequências desse processo de aprimoramento técnico e social refletem na cultura dos indivíduos que se apropriam dessas tecnologias baseadas na interatividade. O movimento inverso de reflexão também há de ser realizado para que se perceba como a cultura dos indivíduos influencia na apropriação técnica e social dessas tecnologias.

As discussões sobre interatividade no campo da comunicação não se esgotam em poucas linhas. O próprio termo interatividade é polêmico a respeito de sua compreensão. Ainda nos anos 80, Rafaeli²⁰² criticava o uso debilitado do termo, apropriado para designar situações diversas. Parte da crítica que motiva esta investigação sobre o conceito de convergência midiática também nasce da percepção de uma apropriação leviana da expressão. Assim, sobre interatividade, uma variedade ampla de abordagens é pensada em contextos mais amplos, mas

também a partir de objetos de estudo, veículos, práticas, comportamentos e situações mais específicas. Quando situada como categoria para se estudar a convergência midiática, é preciso considerar em que situação a convergência é analisada. As particularidades dos meios investigados e dos contextos em que são verificados precisam ser considerados.

O quadro a seguir reúne questões centrais para que a interatividade sirva de aporte teórico-metodológico para reflexões sobre convergência entre diferentes meios, mas não esgota o conjunto de teorizações sobre o assunto. É importante atualizar o quadro de acordo com as particularidades de cada pesquisa que utiliza o modelo de análise.

■

Referência	Tipos
Thompson (1998)	Interação face a face; Interação mediada e Interação quase
Lemos (2002)	Social, Analógico- digital, Eletrônico- digital.
Primo (2007)	Interação mútua e interação reativa
Pavlik (2008)	Não estabelece tipos de interação.
Jenkins (2006, 2008)	Não estabelece tipos de interação.
Jensen (2010)	Interatividade 1 (entre agência e meio) Interatividade 2 (er

■ QUADRO 3 - INTERATIVIDADE

FONTE: A autora.

No caso da interatividade, enquanto alguns autores se preocupam em delimitar níveis e tipos, outros focam nas transformações decorrentes ora do desenvolvimento tecnológico em si, ora da utilização da tecnologia, num movimento de recorrência entre aspectos técnicos, sociais e culturais da categoria. Algumas dessas delimitações engessam a tecitura de perspectivas mais ampla, enquanto outras permitem uma reflexão mais flexibilizada sobre a interatividade como pano de fundo de processos comunicacionais.

Nas coberturas feitas por coletivos midiáticos²⁰³, o foco na interatividade deveria ser um dos principais diferenciais com relação à mídia de massa, mas nem sempre esse diferencial é significativo, pela maneira como a interatividade é explorada em alguns casos, como no do Mídia Ninja. Para abordar a interatividade na atuação do coletivo é importante antes abordar suas práticas de cobertura. Os sites de redes sociais são o espaço ocupado pelo conteúdo produzido pelo Mídia Ninja. Grande parte desse conteúdo, além de textos e fotos, é audiovisual, produzido com dispositivos móveis, por pessoas que acompanham as manifestações nas ruas. Essa prática tem sido o principal instrumento de ação política do coletivo. A produção e o espalhamento de vídeos por meio de streamings e twitcastings²⁰⁴ têm se fortalecido como forma de denúncia da violência excessiva cometida por parte da polícia, a partir da proliferação de vídeos com os momentos de truculência nas ruas que circulam pelas mídias sociais. A interatividade em torno desse tipo de produção é capaz de gerar correntes de conversação que podem, em alguns casos, reconfigurar os rumos das mobilizações. Recuero²⁰⁵ aponta que a divulgação nas redes sociais da repressão policial por meio de violência nos atos de 15 de junho de 2013 contribuiu para a escalada das manifestações nas ruas nos dias posteriores.

Essa interatividade pode acontecer nos espaços de comentários em publicações no Facebook, por exemplo, e de conversações geradas por meio de tweets. Tudo

isso facilita a organização de atos a partir da agilidade de articulação movida pelas possibilidades de conexão por meio de diferentes dispositivos. As próprias origens de uma política de ação direta, que vai marcar as mobilizações tecidas em rede, estão pautadas pela interatividade, pois, segundo Malini e Antoun²⁰⁶ são os grupos de discussão, lá do início da Internet, que vão fundar essa política. Todavia, nem toda forma de interação se dá pelo diálogo e pelo debate, assim como a conexão e a velocidade na circulação de informações não significam, necessariamente, diálogo cooperativo e motivado à ação. Há, nesse sentido, que se atentar para a diferenciação entre interatividade e participação aqui já mencionada. Interagir com os conteúdos online, curtindo, compartilhando, retwittando e até mesmo comentando, configuram ações que diferem substancialmente da efetiva participação em determinados casos. Dessa forma, a participação e o compartilhamento derivam da interatividade, pois ambas as ações pressupõem a interação do indivíduo com o conteúdo a partir das possibilidades técnicas das redes sociais e dos dispositivos utilizados nessas interações, ainda que configurem níveis diferentes de interação. As observações no perfil do Twitter e na fanpage do Mídia Ninja permitem que se extraiam particularidades quanto à interatividade, participação e compartilhamento, pouco exploradas pelo coletivo em alguns momentos. O perfil no Twitter serve mais como um mural de divulgação de atividades do coletivo, atos e protestos de rua e links para transmissões ao vivo. Não há interatividade em termos de conversação por parte do perfil @MidiaNinja. Poucas vezes é publicado algum tweet em resposta a alguma pergunta, sendo que em quatro dos 14 dias analisados, nenhum tweet foi publicado. A interatividade, no caso do Twitter é gerada entre os seguidores, que por meio de retweets comentam e debatem os conteúdos publicados no perfil do Mídia Ninja. Na fanpage a produção de conteúdo se mostrou mais regular e apresentou publicações diárias, nas quais os comentários são abundantes assim como os compartilhamentos. Ainda assim, o coletivo pouco, ou quase nada, se manifesta nesses comentários, limitando essa interatividade dialógica a seus seguidores, que acabam debatendo apenas entre si, vendo-se desprovidos de um posicionamento ou mediação do coletivo.

A participação na produção de conteúdo se dá quando links de câmeras de indivíduos que transmitem das ruas são divulgados pelo coletivo. O compartilhamento feito por outros indivíduos não chega a ser uma participação efetiva, mas uma interatividade com o conteúdo que possibilita seu espalhamento. É desse compartilhamento no Facebook e no Twitter que

conteúdos produzidos e replicados pelo Mídia Ninja circulam em grande parte pela visibilidade que o coletivo atinge a partir do seu número de seguidores. Para esses tipos de rede, o espalhamento depende fundamentalmente de práticas interativas que impulsionam a circulação ao mesmo tempo em que maximizam a visibilidade e o alcance das publicações. O número de seguidores também interfere diretamente nessa ampliação: enquanto que no Twitter, além da pouca atividade em determinados dias, o número de seguidores é de cerca de 24 mil seguidores, no Facebook, onde há regularidade na frequência de publicações, o número de pessoas que curtem a página chega a cerca de 225 mil²⁰⁷. As práticas do Mídia Ninja têm potencial para alargar as oportunidades de interatividade e de participação. Porém nem sempre esse potencial se efetiva. Enquanto alguns participam ativamente dessas produções, ao colaborarem com o coletivo por meio do envio de imagens e informações que são postadas nos perfis do Mídia Ninja nas redes sociais; outros apenas consomem esses conteúdos visualizando-os e apenas isso; enquanto outros interagem entre si e com esses conteúdos, contribuindo para a ampliação de sua visibilidade ao compartilharem essas produções pela rede, mas não interferindo diretamente na produção. Logo, participa da cobertura feita pelo Mídia Ninja o indivíduo que produz conteúdo e atua nas conversações estabelecidas nas redes do coletivo, podendo também compartilhar a produção colaborativa. Não deixa de fazer parte das dinâmicas interativas aqueles que acompanham, ainda que sem participar da produção, a cobertura, comentando, curtindo e replicando publicações veiculadas nas redes. Quanto ao próprio Mídia Ninja, sua atuação vem configurando-se como a de agregador desses conteúdos, construindo um conjunto de publicações a serem visualizadas, porém sem interferir nas conversações em torno das informações. Práticas de interatividade, participação e compartilhamento podem ocorrer em coexistência, na medida em que é comum que os indivíduos alternem comportamentos que variam entre curtir uma publicação e participar de um debate na linha do tempo da página de algum movimento até mesmo a participar efetivamente da produção de conteúdo, compartilhando links, fotos, vídeos e textos sobre as manifestações. O que é importante destacar é que nem sempre essas práticas se concretizam, pelo fato de que nem todos os indivíduos estão dispostos a participar da produção ou compartilhar conteúdo. O que se observa das rotinas no perfil do Twitter e na fanpage do Mídia Ninja em termos de interatividade é um pouco menos do que pode ser aproveitado pelo próprio coletivo. Ao limitar-se a apenas divulgar conteúdos nesses dois ambientes, ficando de fora das discussões nas redes, diminui suas oportunidades de fortalecimento de seu posicionamento em face dos próprios conteúdos publicados. A interatividade, nas duas redes analisadas, dá-se pela atividade dos

seguidores, que a partir de diferentes níveis de interação movimentam uma rede de informações paralela aos conteúdos da mídia tradicional, mas que por vezes segue esse mesmo modelo distributivo.

As alterações nos modelos de comunicação e a multiplicidade de suportes midiáticos existentes hoje certamente influenciam as reconfigurações da ideia de interatividade entre diferentes meios. O exemplo do Mídia Ninja é relevante para pensar as categorias aqui propostas a fim de analisar a convergência midiática, pois se trata de um coletivo que experimenta em busca do novo, ainda que reproduza práticas e formatos já esgotados. É evidente, ainda assim, que todas essas transformações e continuidades, que uma análise mais detalhada sobre a categoria revela, também exercem um importante papel no que se refere à hipertextualidade, categoria diretamente relacionada com os processos de interação, como se poderá perceber a seguir.

Hipertextualidade

Embora a ideia de hipertexto não tenha nascido com a Internet, a bibliografia sobre o tema recupera manifestações da prática hipertextual desde o século IX²⁰⁸, quando do surgimento da pontuação, do espaçamento entre as palavras, entre outras evoluções da escrita que possibilitaram a ocorrência de uma prática hipertextual caracterizada pela não linearidade e pela criação coletiva. No entanto, a categoria da hipertextualidade é explorada aqui no âmbito da Internet e das tecnologias digitais de comunicação, tendo como ponto de partida as considerações sobre o tema traçadas a partir de Bush²⁰⁹ e Nelson²¹⁰, quando das proposições de seus sistemas de organização de informação, o Memex, e o Projeto Xanadu, respectivamente²¹¹.

No contexto digital, a hipertextualidade é definida como uma forma de organização do conteúdo que se baseia na interconexão das informações. O link é o elemento principal da noção de hipertexto e ocupa o papel central na

atividade de conexão entre os conteúdos e na atividade de navegação desempenhada pelos indivíduos. A definição que Lévy²¹² apresenta no início dos anos 90 ainda é atual e adequada para esclarecer a hipertextualidade na ambiência digital. Lemos²¹³, alguns anos depois, reforça a não linearidade e a possibilidade de múltiplas combinações de entrada e saída de um hipertexto pelos links, que “funcionam como portas virtuais que abrem caminhos para outras informações. O hipertexto é uma obra com várias entradas, onde o leitor/navegador escolhe seu percurso pelos links”.

As definições das duas referências são bastante próximas e enfatizam a possibilidade que o hipertexto oferece de conectar diferentes linguagens, bem como característica da não linearidade como um pressuposto para a concretização de um elemento hipertextual. Ambas as definições, no entanto, apresentam apenas as características técnicas do hipertexto e descrevem as possibilidades operacionais da prática, sem apontar os elementos sociais e culturais decorrentes do uso e da efetivação do hipertexto. Os âmbitos social e cultural da categoria da hipertextualidade se configuram a partir da navegação que os indivíduos realizam nos hipertextos e assim, consequentemente, pelo uso da hipertextualidade para estabelecer conexões e navegar por entre diferentes formatos midiáticos.

Uma referência representativa dos estudos sobre hipertexto é George Landow²¹⁴, que define o hipertexto como algo que denota um meio de informação reúne informação verbal e não verbal. Ele recorre a Barthes, quando este define a textualidade ideal, comparando tal definição ao hipertexto dos computadores.

In S/Z, Roland Barthes describes an ideal textuality that precisely matches the which has come to be called computer hypertext – text composed of blocks of words (or images) linked electronically by multiple paths, chains, or trails in an openended, perpetually unfinished textuality described by the terms link, node, network, web and path.²¹⁵

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

Uma outra característica da prática hipertextual é a possibilidade que, originalmente, oferece de criação coletiva, e aqui se pode começar a pensar nos níveis social e cultural da hipertextualidade. Trata-se de uma ideia que vem desde as primeiras idealizações de Bush²¹⁶ e Nelson²¹⁷, quando propunham a possibilidade de comentários nos arquivos armazenados em seus projetos, até chegar à web quando, por exemplo, ocorre a escrita coletiva de um verbete na Wikipédia, podendo ser alterado por qualquer pessoa, a qualquer momento; e é nesse sentido que se fala em caráter social e cultural da prática hipertextual, na medida em que o indivíduo exerce um papel ativo na construção de uma rede de links.

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

alterar hipertextos na web.

Ainda nos primeiros anos do século XXI a promessa de multimídia baseada na emergência de um hipertexto em escala global²¹⁸ ainda não havia se concretizado. Até aquele momento, um sistema de comunicação interativo, de remissão recíproca, ainda não existia. Até aquele momento se havia criado uma imagem material do hipertexto, mas o que na verdade deveria acontecer, na concepção de Castells²¹⁹ sobre o momento, era uma incorporação da noção de hipertexto em cada indivíduo, para que houvesse uma percepção mais acurada da capacidade interior de recombinar e atribuir sentido a todos os componentes do hipertexto que estão distribuídos em muitas diferentes esferas de expressão cultural. Em função de barreiras econômicas e também dificuldades técnicas da época, ele enxergava indivíduos passivos diante do conteúdo disponível no meio online, sem poder interferir na rede hipertextual como um todo.

Após a metade da década de 2000 a situação começa a se reconfigurar. O que Jenkins²²⁰ veio a chamar de cultura da convergência revela como o que se faz hoje com os produtos midiáticos nada mais é do que a tecitura de estruturas hipertextuais. O indivíduo que consome uma série televisiva, por exemplo, pode assistir aos episódios na televisão ou fazer o download na web ou assinar um serviço de streaming, como o Netflix. E tem ainda mais opções, consumindo outros produtos midiáticos referentes a essa série, produzidos não só pelos emissores originais, mas pelos seus telespectadores por meio de blogs, redes sociais e outros espaços online onde é possível publicar conteúdo. São alterações comportamentais e de consumo que perpassam os níveis técnico, social e cultural, provocando alterações em todos eles, num movimento interdependente, já que são modificações de impactos mútuos.

Utilizando um exemplo já citado aqui, Campanella²²¹ faz uma aproximação da noção de hipertextualidade utilizando a expressão camadas de leitura para mostrar como o Big Brother Brasil circula por diferentes plataformas e faz com que seu público navegue por diferentes espaços midiáticos. Os consumidores do programa realizam uma navegação hipertextual por essas plataformas para

consumir o programa, que correspondem ao que o autor chama de camadas de leitura. Duas dessas camadas têm o conteúdo distribuído e produzido pela produção do programa, ainda que a interpretação de cada uma dessas visualizações seja diferente por parte de cada consumidor; o canal de TV aberta e o canal pay-per-view. A terceira camada, a dos fãs, concretizada na comunidade constituída pelo fórum e pelos blogs, tem um conteúdo produzido independentemente da produção do programa, de modo que o modelo comunicacional aqui já é alterado pelas possibilidades oferecidas por um outro meio de comunicação que não a televisão e pela interferência dos consumidores do conteúdo televisivo, que não são os produtores diretos desse conteúdo.

Há, nesse sentido, um caráter hipertextual no caso do Big Brother Brasil, em função dessas camadas de leitura, não só pelas possibilidades de consumo do programa por meio de diferentes plataformas, mas pela produção de conteúdo de forma coletiva acerca do programa em outros suportes midiáticos. Essa produção paralela também pode influenciar na condução do programa por parte dos produtores, não necessariamente, mas é uma possibilidade que fica aberta a esses produtores. Além disso, expandem-se as vias de consumo do programa para outros telespectadores que podem buscar conteúdo extra em comunidades como essa, e a partir do conhecimento desses espaços paralelos também passam a interagir com outros fãs e a produzir conteúdo sobre o programa. A produção de sentido nas redes gera transformações em diferentes níveis nos processos de produção, circulação e consumo. Casos como o do Big Brother e outros reality shows, como o Masterchef, por exemplo, ilustra uma série de questões a serem investigadas no âmbito da comunicação²²².

As possibilidades se expandem para produtores e consumidores do programa, que veem reconfiguradas diferentes práticas de produção e consumo desse conteúdo midiático. As transformações perpassam os níveis técnicos, social e cultural à medida que os espaços de atuação de ambas as partes se expandem e os usos e as apropriações desses espaços se perfazem no decorrer dos processos de produção, circulação e consumo do conteúdo. No caso da hipertextualidade, a expansão dessas possibilidades parece ainda ser maximizada em função da liberdade de escolha proporcionada pela característica da não linearidade que a prática oferece, ampliando ainda mais a quantidade de escolhas disponíveis a

quem navega pelos links estabelecidos entre as mídias pelas quais um programa circula.

Campanella²²³ aborda a existência de nódulos textuais representada pela multiplicidade de plataformas pelas quais o programa circula. O programa pode ser acessado e operado por diferentes lugares, de modo que não se constitui em um único texto, no entanto também não é constituído de textos diferentes e fragmentados. Trata-se, na verdade, de uma combinação de nódulos textuais que não se limitam a um programa de televisão. Ele entende que essa combinação dificulta a definição do programa e de qual é o seu texto midiático. Tem-se aí uma multiplicidade de textos no sentido da hipertextualidade por meio das plataformas nas quais o Big Brother e outros programas que funcionam no mesmo esquema transitam, de modo que, ainda que não haja uma fragmentação do texto, há uma pluralidade de textos em função da diversidade de interpretações possibilitada pela multiplicidade de plataformas.

O BBB é um exemplo recente de uma discussão no âmbito da comunicação que não é recente, mas ganha força com as transformações pelas quais os meios empreendem a partir de uma evolução sócio-tecnológica. Jenkins ressurgiu como uma referência que dá nome a uma cultura que vinha constituindo suas bases antes da popularização de sites de redes sociais e plataformas de publicação de conteúdo em que a produção de sentidos sobre produtos midiáticos circula com uma robustez que mexe com as estruturas e dinâmicas de produção de meios e canais de comunicação instituídos. Ainda nos anos 90, Jenkins²²⁴ publica uma obra que acaba repercutindo de forma muito pontual nos estudos sobre comunicação, que trata sobre o fenômeno dos fãs e suas produções. Em 2015 a tradução do texto chega ao Brasil, já com atraso, diante da quantidade crescente de pesquisas não apenas sobre fãs e produção de conteúdo nas redes, mas sobre pontos, de que o autor trata na obra, que são centrais para as investigações sobre a produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos. As apropriações feitas pelos fãs e analisadas por Jenkins nesse livro revelam muito da hipertextualidade que, ainda fora das redes, faz parte do consumo que interfere nas produções. Incorporando questões sobre interatividade, Jenkins insere a significação e a resignificação no processo de leitura, mostrando como “a atividade do leitor não é mais vista simplesmente como tarefa de recuperar os

significados do autor, mas também de remanejar materiais emprestados para encaixá-los no contexto da experiência vivida”. Michel de Certeau não fica de fora dessa reflexão, quando, bem lembrado por Jenkins, diz que a leitura modifica o objeto, na medida em que o leitor inventa nos textos seus próprios significados, que nem sempre equivalem aos do autor. É essa apropriação que gera reinvenções e estimula a produção por parte dos fãs, ou consumidores de conteúdos midiáticos.

Assim, pelo viés da leitura, ou consumo, Santaella²²⁵ propõe três tipos de leitores²²⁶ a partir da evolução dos suportes e das estruturas para o texto escrito. Sem tomar como base os tipos de linguagens, processos de signos, suportes ou canais que veiculam as mensagens, fundamenta-se nas habilidades sensoriais, perceptivas e cognitivas envolvidas no processo de leitura e que configuram os modelos cognitivos de leitor que propõe. Esses modelos podem ser utilizados como parâmetro para pensarmos como os indivíduos hoje consomem os conteúdos que circulam pelas redes em contexto de convergência dentro dessa categoria de hipertextualidade.

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

Esse leitor imersivo é um leitor ativo, que navega pelas conexões estabelecidas por outros indivíduos ou até por ele mesmo, que participa ou não do estabelecimento dessas conexões e que reconfigura essa trama hipertextual por meio da interatividade que estabelece mediante processos de comunicação dos

quais participa em um contexto de convergência quando da produção e do consumo de conteúdos que circulam por entre diferentes meios e suportes midiáticos. É por entre diversos textos – e no caso não apenas textos escritos – que os indivíduos, sob esse caráter de leitor imersivo proposto por Santaella²²⁷, navegam de forma hipertextual pelas tramas estabelecidas entre o conteúdo que circula pelas redes digitais.

A terminologia utilizada pela autora – contemplativo mediativo, movente, fragmentado e imersivo virtual – deflagra uma diversidade de comportamentos diante de conteúdos disponíveis online. A classificação que ela propõe não é exclusiva de uma reflexão sobre leitura, podendo ser apropriada para pensar como o consumo nas redes se dá por meio de hábitos e comportamentos que variam conforme uma série de aspectos que movem as práticas de diferentes atores. A hipertextualidade é um modo de organização e navegação que permite um acesso fluido e fragmentado, que pode abrir oportunidades de participação, ao mesmo tempo em que garante uma interatividade do indivíduo com os conteúdos, mesmo que essa interatividade não atinja um nível social de interação entre pessoas. Os meandros da interdependência entre as categorias de interatividade e hipertextualidade começam então a aparecer.

Diante dessas considerações, o conceito de intertextualidade precisa ser mencionado aqui para tratar sobre a hipertextualidade como categoria da convergência. Jensen²²⁸ realiza essa discussão ao recuperar uma argumentação de Stanley Fish²²⁹ sobre a existência virtual dos textos nas mentes dos leitores e sobre a prática, desses leitores, de lidar uns com os outros sobre os textos como comunidades interpretativas. Ele considera o pensamento de Fish provocativo, quando este tenta desconstruir a ideia tradicional de que os textos estão inseridos nas humanidades como objetos de análise e interpretação delimitadas, normalmente considerados como uma obra de arte única, de acordo com a concepção de Walter Benjamin, dotados de uma aura. Para Jensen, as considerações de Fish radicalizam a redefinição do significado dos textos e das informações como estruturas relacionais que haviam se firmado na semiótica, e também na cibernética, do século XX: “[...] readers and others communicators have a stake in, and could be considered a part of the text, along with its explicit or implicit cross-references to other texts”²³⁰; e por “textos” Jensen²³¹ faz questão

de destacar que se pode entender qualquer formato de comunicação, incluindo imagens, conversações e artefatos – da mesma forma como abordo a classificação proposta por Santaella²³².

Considerando essa abordagem de Fish e levando em conta a participação dos indivíduos na realização do que Jensen chama de textos, mas que tem um significado mais abrangente, a ideia de intertextualidade certamente se relaciona com o entendimento de Jenkins²³³ sobre a convergência, como o processo que “ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”, e também com o entendimento de Santaella²³⁴ da prática estabelecida pelo leitor imersivo no ciberespaço ao navegar por diferentes textos, estabelecendo conexões e interpretações próprias a partir desses caminhos trilhados. As conexões que são incentivados a fazer entre conteúdos midiáticos dispersos são esse tipo de prática intertextual que menciona Jensen²³⁵.

Da mesma forma, quando Campanella²³⁶ resgata o conceito de leitura preferencial de Stuart Hall²³⁷ para falar sobre a diferença no grau de mediação dos acontecimentos na casa do Big Brother, também se pode pensar em hipertextualidade. O autor explica que em cada uma das plataformas pelas quais o programa é consumido tem-se um tipo de compreensão por parte do consumidor, ou seja, essa compreensão não pode ser dissociada da mídia, ou da combinação de mídias, utilizada pelo indivíduo no momento em que consome o programa. O BBB deixa de ser um texto único quando cada plataforma carrega uma leitura preferencial, ele explica, tornando-se um texto que pode ter diferentes leituras preferenciais. A análise que ele faz do programa é uma entre várias possibilidades de investigação sobre hipertextos feitos por consumidores de conteúdos espalhados por diversas estruturas midiáticas.

O que as teorias da intertextualidade reforçam é que a transitoriedade dos textos se destaca, em contraste com a transcendência de qualquer conteúdo ou forma²³⁸, de forma que o sentido dos textos não se perfaz sozinho, mas no relacionamento com outros textos. Hoje, isso se perfaz por meio de características como a hipertextualidade e a multimidialidade permitidas pelas tecnologias digitais e

realizadas pelos indivíduos que interconectam os conteúdos midiáticos que circulam pelas redes digitais.

A contribuição mais importante nesse sentido foi de Mikhail Bakhtin, ao demonstrar que os textos adquirem significado a partir de sua inserção em redes de outros textos. “Texts are momentary manifestations of a general textuality; texts selectively articulate a cultural heritage. A culture could be understood as the most complex instance of intertextuality”²³⁹. Essa linha de argumentação por um lado sugere que todos os textos, e por consequência todos os atos de comunicação, são criados da mesma forma, ao menos hipoteticamente. A tarefa da pesquisa seria demonstrar como cada texto, com suas origens e trajetórias específicas, é inserido em padrões culturais e estruturas sociais. Por outro lado, os estudos intertextuais, ironicamente, têm olhado para inter-relações entre uma pequena e seleta categoria de textos, identificando uma larga variedade de referências implícitas e explícitas e outros textos. Para Jensen, o impressionante disso é que os estudos intertextuais não têm dado atenção empírica aos leitores e às audiências desses textos, pois são eles agentes interpretativos responsáveis pelo estabelecimento de links entre os nós de redes de textos. É como se hoje não se estivesse dando atenção às audiências que fazem as interconexões entre os conteúdos midiáticos que circulam por meios diferentes. Sem olhar para a atividade desses indivíduos, ou melhor, sem a atividade desses indivíduos, a intertextualidade seria praticamente nula. No caso de produtos multiplataforma, a intertextualidade se dá a partir da interdependência entre as categorias aqui propostas, que legitimam o caráter da convergência midiática e se realizam a partir da atividade dos indivíduos em diferentes suportes midiáticos. A atividade desses indivíduos em diferentes plataformas é que garante a intertextualidade que depende não só de aspectos técnicos para se concretizar, mas de agenciamentos sociais e culturais que circulam nesse espaço comunicacional múltiplo.

Com as tecnologias digitais, a intertextualidade se transformou em um conjunto operacional e explícito de estruturas, que Jensen chega a chamar de hipertextualidade, por meio do uso de links que conectam os textos e aplicações mediados por computador: “[...] links make explicit, retrievable, and modifiable what might have remained a more or less random association in mind of either

sender or receiver”²⁴⁰. A web é o exemplo mais claro desse hipertexto multimodal que demonstra a tecitura de todos esses textos nessa rede mundial, e para ele é o ponto de acesso para diversos tipos de funcionalidades comunicativas, ou seja, para uma diversidade de maneiras de comunicação.

A escrita coletiva e a não linearidade, mencionadas inicialmente, referem-se aos níveis social e cultural da categoria da hipertextualidade, pois abrangem aspectos que dizem respeito ao comportamento assumido pelos indivíduos na realização de atividades hipertextuais. Da mesma forma, ideias como as de camadas de leitura²⁴¹ e intertextualidade apontadas ao longo dessa categoria foram destacadas no intuito de demonstrar o quanto a atividade desempenhada pelos indivíduos no consumo de conteúdos midiáticos, a partir de práticas hipertextuais, influenciam na ocorrência de processos de convergência midiática. O estabelecimento de links e a navegação não linear por diversos conteúdos que circulam por diferentes meios, e podem ser visualizados por diferentes suportes midiáticos, compõem o conceito de convergência que permite a interligação midiática. Mediante as conexões que se configuram entre os espaços midiáticos, a hipertextualidade permite aos indivíduos, produtores ou consumidores, transitarem por entre o fluxo de conteúdos que se constitui como resultado dessas interligações, permitindo além dessa navegação possibilidades de multimidialidade – categoria que será explorada a seguir – e interatividade, como se pode constatar pela interdependência que se percebe entre essas três categorias.

Assim como feito na categoria de interatividade, o quadro a seguir explicita o conjunto de referências nas quais foi amparada a exploração sobre a hipertextualidade como categoria da convergência midiática. Novamente, trata-se de um exercício que organiza visualmente a discussão, podendo ser replicado em outras pesquisas sobre convergência, na tentativa de identificar abordagens e características levantadas por vozes diversas no diálogo sobre a categoria.

■

Autores

Abordagens

Bush (1945)	Idealização do Memex
Nelson (1965)	Idealização do Projeto Xanadu
Lévy (1993)	Conjunto de nós ligados por conexões.
Jenkins (1992)	Ressignificações pela apropriação de significados por meio d
Lemos (2002)	Informações textuais combinadas com imagens e sons, organi
Castells (2003)	Hipertexto eletrônico em escala global.
Santaella (2004)	Tipos de leitores.
Landow (2006)	Texto composto de blocos de palavras ou imagens conectad
Campanella (2012)	Camadas de leitura.
Jensen (2010) ²⁴²	Relação entre hipertextualidade e intertextualidade na config

■ QUADRO 4 - HIPERTEXTUALIDADE²⁴²

FONTE: A autora.

A não linearidade é certamente a característica mais recorrente quando a hipertextualidade é objeto de reflexão. Não é, no entanto, a única maneira pela qual pode ser pensada a hipertextualidade como categoria da convergência midiática. O viés técnico da prática reside na instituição de links para a geração de conexões entre diferentes conteúdos, sem dúvida nenhuma, mas é importante agrupar outros aspectos, como a oportunidade de criação coletiva que abre e a multimidialidade que incorpora ao reunir diferentes linguagens na composição de uma rede hipertextual.

Algumas das referências recuperadas para situar a categoria nesta proposta de análise carregam um viés tecnicista, em grande parte, por encararem a prática como uma funcionalidade que difere formatos midiáticos analógicos de digitais, justamente em função das características intrínsecas ao ambiente digital. No entanto, hipertextualidade não é algo atrelado aos processos de digitalização, mas potencializado por eles. Aspectos sociais e culturais, que se configuram a partir da navegação e das conexões estabelecida pelos indivíduos entre os conteúdos que compõem uma rede precisam ser levados em consideração. Há também a potencialidade de criação coletiva, estampada nas mídias sociais e em diversas ferramentas que permitem a geração e a dinâmica de links entre conteúdos diversos pelo ciberespaço.

No caso do Mídia Ninja, trazido aqui como um exemplo para pensar as categorias propostas para análise de convergência midiática, essa criação coletiva por indivíduos espalhados pelas ruas que integram pontos diversos da rede se constitui como um organismo vivo e auto-organizado, que utiliza as possibilidades de conexão entre os conteúdos como forma de ação política. Essa estrutura corresponde ao que Toret²⁴³ pontua como camadas conectadas. Essas camadas são baseadas em uma arquitetura de participação, e ele explica que a reprodução dessa malha entre espaço físico e espaço online se dá por um

contágio tecnologicamente estruturado. As redes de informações criadas pelos ninjas e por aqueles que acessam os conteúdos constituem essa malha, constantemente redimensionada por meio das atividades hipertextuais de alocação e realocação de links. Durante o período analisado, os links aparecem na maior parte das publicações do Mídia Ninja, no perfil no Twitter, acompanhando as mensagens em texto, e na fanpage no Facebook, divulgados junto com textos, fotos e vídeos. Esses links levam para transmissões ao vivo ou outros materiais de divulgação de protestos. No dia 3 de outubro de 2016, por exemplo, todos os tweets do Mídia Ninja foram links de transmissão ao vivo de protestos de indígenas. No Facebook, quando algum protesto está acontecendo num determinado dia, cada postagem divulga uma lista com diversos links de transmissões ao vivo, além das imagens e informações textuais.

Quando Jenkins²⁴⁴ discorre sobre a cultura da convergência identifica-se que, hoje, a atividade em torno de produtos midiáticos nada mais é do que a tecitura de estruturas hipertextuais. Os processos de produção, circulação e consumo de conteúdos em torno das manifestações se expandem pelas redes e são flexibilizados pela hipertextualidade que se configura em dois níveis: primeiro sobre o próprio conteúdo, de várias mídias, que passa a ser interligado a partir de múltiplos links que se espalham pelas redes, conectando informações de vários formatos e estabelecendo trilhas de significação constantemente criadas e recriadas pela atividade de atores diversos que circulam e fazem os conteúdos circularem. Segundo sobre o próprio quadro midiático, ao gerar uma rede hipertextual de meios e formatos que linka conteúdos de origens diversas e que assim gera um espaço de fluxos orientado pela convergência a partir da interatividade permitida no ambiente digital. A interatividade do coletivo com seus seguidores em ambos os perfis é escassa, como se pode perceber. É a disponibilização dos links que abre espaço para que a interatividade se perfaça por meio de comentários e compartilhamentos, além das reestruturações da rede em termos hipertextuais a partir dessas interações. A forma como o Mídia Ninja trabalha com os links demonstra como o coletivo serve de ponto de partida para a constituição de trilhas hipertextuais que carregam a interatividade em torno dos conteúdos. Essa gama de opções que se abre a partir da rede hipertextual de conteúdos de diferentes mídias que circulam pelo ambiente online ainda pode ser pensada sob a ótica da intertextualidade. Quando Jenkins aborda a convergência como um processo que ocorre nos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais, e quando Santaella²⁴⁵ expõe a prática estabelecida pelo

leitor imersivo no ciberespaço ao navegar por diferentes textos, estabelecendo conexões e interpretações próprias, entende-se que as conexões entre conteúdos dispersos configuram um tipo de prática intertextual. De acordo com as teorias da intertextualidade, a transitoriedade dos textos se destaca, em contraste com a transcendência de qualquer conteúdo ou forma²⁴⁶, de modo que o sentido dos textos não se perfaz sozinho, mas no relacionamento com outros textos. Isso hoje é ampliado pelas possibilidades hipertextuais e multimídia e efetuado mediante atividades de circulação e consumo nas redes, pela convergência entre meios e mídias. As intertextualidades sobre os acontecimentos referentes aos protestos movimentam as interpretações sobre as atitudes dos movimentos, de modo que as interações e as práticas de conexão e compartilhamento ditam os rumos das ações e decisões, tanto individuais quanto coletivas, na condução das atividades pelas causas e reivindicações.

A Internet se consolidou como um meio ou instrumento capaz de quebrar o monopólio da narração da velha mídia, e uma das consequências dessa quebra foi a possibilidade de recontextualizar um fato, atualizando uma informação. “Não só os usuários podem conectar qualquer informação antiga que esteja na rede com uma atual, como eles podem determinar o alcance de uma informação atual, replicando-a por diferentes interfaces”²⁴⁷. O papel do hipertexto nesse contexto de decisões é crucial para o entendimento sobre um modelo comunicacional fundamentado na participação, na colaboração e no compartilhamento. A recuperação de informações a partir dos links auxilia em processos de decisões e retoma e amplia a visibilidade de conteúdos mais antigos, não deixando cair no esquecimento informações relevantes. A conexão entre conteúdos é fundamental na lógica das mobilizações em rede, e no trabalho de cobertura colaborativa atua como motor de uma engrenagem que, movida pela coletividade, possibilita a tecitura de uma rede de conteúdos que forma as estruturas de um modelo de comunicação baseado na circulação e no espalhamento.

Em face dessa exposição sobre a categoria da hipertextualidade, há que se atentar também para o fato de que o hipertexto está diretamente relacionado com a categoria da multimedialidade ao permitir a pronta recuperação dos conteúdos de diferentes mídias por meio dos links estabelecidos entre eles. Essa

característica é potencializada no contexto digital e, dessa forma, deve ser pensada como mais uma categoria do conceito de convergência midiática.

Multimídia

A discussão original sobre a convergência sempre foi focada na questão tecnológica, lembra Kolodzy²⁴⁸, e dessa forma a categoria da multimídia é frequentemente compreendida como a oportunidade de envolver diferentes funcionalidades a partir de um único suporte ou dispositivo. Imprescindível, antes de iniciar essa discussão, é ter em mente que uma função permitida por determinada tecnologia não significa necessariamente a materialização de uma determinada mídia, ou melhor, nem sempre o que se considera como tal é, na verdade, mídia. Ao lembrar de Pool²⁴⁹, sobre a reunião de diferentes suportes eletrônicos e modos de comunicação em um único sistema, algo na mesma linha da caixa preta proposta por Jenkins²⁵⁰, Kolodzy²⁵¹ indica o iPhone como exemplo de uma nova onda de convergência tecnológica, na qual temos uma diversidade de caixas pretas, diferente da proposta sobre diferentes suportes e modos, nos anos 80. A multimídia não é unicamente a combinação de um conjunto de possibilidades. É sim uma característica potencializada no ambiente digital, e que acaba por tornar-se intrínseca aos meios que nele se estabelecem. O aproveitamento dessa característica é outra questão que, assim como no caso da interatividade, pode ser mais ou menos incorporada num processo comunicacional. São nuances que definem a desenvoltura da multimídia como elemento de convergência que esse item busca discutir.

Em determinado nível, Kolodzy²⁵² situa a convergência com base nessa questão tecnológica, significando o agrupamento de diferentes funções eletrônicas ou sistemas de entrega de mídia e alterando o equipamento utilizado no intuito de obter ou acessar informação. Ela entende que a convergência fundamentada nesse quesito tecnológico levou à apresentação multimídia da informação, de modo que a Internet seria o meio que permite a junção de todas as mídias num único espaço, promovendo um novo modo de expor o conteúdo. Não há como negar esse tipo de perspectiva sobre a multimídia, mas, diante do que se

viu na categoria da interatividade, o elemento humano também precisa ser considerado.

Para ir mais a fundo sobre a categoria da multimídia é importante diferenciar os termos multimídia e hipermídia. Leão²⁵³ lembra que é no final dos anos 80 que a palavra multimídia é popularizada, com sentidos diferentes, dependendo do contexto em que é utilizada. Para ela, multimídia significa a junção de informações que podem ser textuais, audiovisuais, entre outros tipos, em uma mesma tecnologia, no caso o computador. A hipermídia é um tipo de tecnologia que faz uso de recursos hipertextuais e multimídia, possibilitando a navegação não linear pelos conteúdos. São definições que servem para análises que têm como objetivo final perceber questões relacionadas à técnica, porém insuficientes para embasar estudos que buscam ir um pouco mais a fundo nas entranhas que compõem os processos comunicacionais.

É bastante frequente esse entendimento sobre a multimídia. No âmbito do jornalismo online, por exemplo, ainda nas primeiras fases desse tipo de jornalismo, Palacios²⁵⁴ definia a multimídia como a junção de formatos de mídia tradicionais, como textos, imagens e sons, como forma de narrar o fato jornalístico. Lévy²⁵⁵, ao dissecar o princípio da heterogeneidade do hipertexto, dizia que no âmbito da comunicação as mensagens são multimídia, na medida em que é possível encontrar numa rede hipertextual informações em texto, imagens, sons, modelos, sensações, entre outras coisas. Ele ainda destacava que o processo sociotécnico que permeia esse princípio, capaz de envolver todos os elementos multimidiáticos por meio de associações. Há, no entanto, que se apontar o fato de que a multimídia não é necessariamente hipertextual, e essa impossibilidade acontece quando se exclui o elemento humano do raciocínio.

A ideia de que a multimídia seja entendida como a combinação de vários tipos de linguagem em um único pacote ou suporte não é um entendimento exatamente novo, nem mesmo equivocado, mas é, sem dúvidas, incompleto. Pavlik e McIntosh²⁵⁶ lançam como exemplo de prática multimidiática a junção

de fotografias com textos; ou então, de forma ainda mais clara, a combinação de imagens em movimento como o som, como o filme e o vídeo. Porém os dois atentam para que no ambiente digital há mais oportunidades para o exercício de práticas multimidiáticas, de modo que vídeos podem ser utilizados com textos, áudios ao mesmo tempo em que o indivíduo que consome esse conteúdo escuta uma música ou lê uma informação sobre um determinado conteúdo que está consumindo a partir de um dispositivo midiático. Dessa forma, a multimidialidade não deveria ser considerada, de forma limitada, como apenas a união de diversas linguagens em um único suporte, como se percebe nas considerações das referências indicadas na abertura da discussão sobre essa categoria. A ideia vai além da junção de mídias, linguagens e formatos, abordando aspectos sociais e culturais que se perfazem em conjunto com questões técnicas, complexificando o entendimento dessa categoria dentro do conceito de convergência.

A multimidialidade se relaciona intensamente com a interatividade no âmbito da relação estabelecida pelo indivíduo com o conteúdo, e por isso parece ser, inicialmente, uma característica unicamente técnica da comunicação, seja ela no ambiente online ou não, por permitir a interligação de diferentes mídias. No entanto provoca impactos sociais e também culturais por estar atrelada à interatividade do tipo homem-homem e por ser dinamizada pelas interações dos indivíduos com os conteúdos multimidiáticos e entre si. Esse entremeamento entre o envolvimento do indivíduo com os conteúdos e a dinamicidade que confere ao potencial multimidiático adormecido enquanto não acionado pelas interações técnicas e sociais é o que faz da multimidialidade uma categoria de convergência.

Outra forma de problematizar o entendimento sobre a multimidialidade é contextualizar o uso do termo no âmbito da imprensa. Castells²⁵⁷ lembra que foi na década de 90 que a palavra multimídia ganhou destaque nos veículos jornalísticos, diante do sonho de convergência a partir do desenvolvimento no setor da computação, assim como do aumento das possibilidades de acesso à Internet. Nessa época, era ainda mais presente do que hoje o desejo de materialização da multimídia por meio de uma caixa mágica que, por um simples um comando, abrisse uma janela global para uma multiplicidade infinita

de possibilidades comunicativas em diversos formatos: vídeo, áudio e texto. Não foi exatamente o que aconteceu, ao menos até o final de 2016.

As críticas a uma incompletude quanto ao aproveitamento de potencialidades interativas se repete quando se trata de multimidialidade. No início dos anos 2000, Castells²⁵⁸ fazia o alerta de que as experimentações em termos de multimídia não estavam se concretizando, por diversas razões, a maioria delas técnicas e hoje já superadas. Porém sua argumentação ia mais além, pois acreditava que o que não estava ocorrendo era interatividade nessas experimentações, característica que ele considerava chave da verdadeira concepção de multimídia. Novamente, o autor atribui o problema à questões técnicas, como insuficiente largura de banda e baixa capacidade de compressão dos conteúdos; dificuldades hoje também superadas.

Tomando a multimidialidade sob uma perspectiva de combinação midiática num único dispositivo ou ambiente tecnológico, há que se pensar sobre a questão da materialidade dos meios de comunicação, que ocupam um nível intermediário entre as realidades material e imaterial. O argumento é de Jensen²⁵⁹ e reside na interligação entre a materialidade dos meios com o acesso que proporcionam a uma variedade de possibilidades atuais e mundos imagináveis. No caso da mídia digital, que é programável de diferentes maneiras, a realidade pode ser modificada de diferentes formas. Ele nota que é preciso reconsiderar as condições materiais que permitem e restringem a comunicação por meio de diferentes meios, apesar da flexibilidade das tecnologias digitais que se prestam a determinados usos, e outros não. Esses usos são, além de programáveis, flexíveis e adaptáveis em função das oportunidades de apropriação da técnica que os indivíduos podem aproveitar incorporando funcionalidades e remodelando maneiras de utilização de dispositivos. Dessas apropriações e desvios técnicos surgem, muitas vezes, novos tipos de comportamentos sociais que acarretam consequências culturais, num movimento interdependente entre esses três níveis. Logo, as materialidades de nível técnico se inter cruzam com aspectos dos níveis social e cultural, num processo recorrente, de forma que não se estabelece uma relação de determinismo entre um nível e outro, em função da diversidade de usos e apropriações das tecnologias.

Sobre usos sociais e apropriações culturais, Jensen também cita a prática do envio de mensagens de texto nos celulares, que foi um dos fatores determinantes na difusão dos aparelhos móveis nas duas últimas décadas. A apropriação social, nesse caso, inesperada pelos produtores dos dispositivos, está na troca dessas mensagens entre os usuários dos aparelhos, já que, inicialmente, pensou-se apenas no envio das mensagens das operadoras para os assinantes e não na troca de mensagens entre os assinantes. O conteúdo multimídia dentro de um único dispositivo, nesse caso o celular, é então potencializado pela apropriação social da tecnologia, que estabelece assim novas práticas de envio de mensagens por meio de um único suporte. A mudança cultural, nesse caso, acontece ao longo dos anos, chegando ao ponto em que a própria constituição tecnológico já não acontece sem a incorporação de determinadas funções, como as mensagens de texto em smartphones, por exemplo. Jenkins²⁶⁰ inclusive relata uma busca, sem sucesso, por um aparelho de telefone móvel que apenas permitisse a realização de chamadas de voz.

Ainda a respeito das apropriações sociais e culturais, com relação às potencialidades decorrentes da materialidade dos meios, é possível também discutir como essa materialidade é impactada nos três níveis aqui observados: técnico, social e cultural. Novas tecnologias desenharam linhas entre o possível e o impossível em função da materialidade, Jensen²⁶¹ explica, porém sem definir com detalhes ou especificidade, o que se pode concretizar. Desse modo aplicações sociais devem ser exigidas da materialidade de uma tecnologia, sendo reconhecidas, redesenvolvidas e inventadas culturalmente. As condições materiais de comunicação estão fora do controle de qualquer ser humano individualmente, ainda que estejam sendo constantemente socializadas e aculturadas, o que ele chama de “programadas”.

O YouTube é um exemplo que demonstra como a apropriação social de uma ferramenta na web foi realizada para a transposição de conteúdo televisivo para o ambiente online. Hoje circulam pelo site não apenas vídeos caseiros, como também diversas produções televisivas, inseridas na plataforma de vídeos pelos produtores oficiais desse conteúdo, e também pelos próprios telespectadores,

ainda que ilegalmente captem esse conteúdo de vários canais televisivos e insiram-no na web. A materialidade dos suportes facilita o desenvolvimento desse processo, que modifica as práticas de produção e circulação dos vídeos online, na medida em que a diversidade de dispositivos potencializa o crescimento desse tipo de hábito. A produção de conteúdo audiovisual se transforma diante do crescimento e da representatividade que esse tipo de plataforma assume, elevando a outros níveis as próprias produções caseiras²⁶².

Nesse sentido, Montañó e Kilpp²⁶³ enxergam uma dispersão da imagem audiovisual na cultura contemporânea. Para elas, ainda que os usos e as apropriações feitos se concentrem em determinada área com fins específicos, há uma transposição das fronteiras desses conteúdos que permite a conexão de pessoas, tecnologias e imagens, e é essa linha de raciocínio que se pode pensar sobre a multimidialidade como categoria de convergência midiática. Esse fenômeno que as autoras descrevem pode ser observado em plataformas de compartilhamento de vídeos, por exemplo, onde essas imagens aparecem lado a lado, tornadas afins de acordo com os mais diferentes critérios de proximidade imaginados pelos usuários, que podem ser colecionadores ou não desses conteúdos.

Esse movimento dialético se apresenta no caso da multimidialidade, categoria fortemente marcada pela questão da técnica que influencia e é influenciada por questões sociais e culturais. A invenção é remodelada com base no reconhecimento e na apropriação social, de modo que a cultura impulsiona esses processos, mas também se altera em função destes, em caráter interdependente, pautado pelo contexto espaço-temporal. O movimento que se estabelece é circular, de modo que a técnica não é sempre o fator determinante na evolução social e cultural de uma sociedade. O mesmo acontece quando se trata de multimidialidade. Ainda que novidades técnicas proporcionem o desenvolvimento de novas práticas socioculturais, a apropriação social dessas técnicas também reformulam-nas, conferindo-lhe novos usos, originalmente não imaginados, e provocando o surgimento de novas maneiras de comunicação. A multimidialidade inicialmente apresenta um caráter essencialmente técnico, mas permite apropriações que remodelam mecanismos operacionais a partir de interações sociais e hábitos culturais adquiridos ao longo do tempo, a partir de

adaptações da técnica feitas pelos indivíduos.

No início do século o comportamento dos indivíduos diante das opções multimídia da época é avaliado por Castells²⁶⁴, que mostra como não havia ainda uma cultura de uso da Internet como entretenimento com a intensidade em que há hoje. Com exceção de uma parcela de pessoas adeptas da prática de jogos, as práticas majoritárias no âmbito da comunicação eram consumir a televisão e o vídeo como entretenimento, o rádio como companheiro e a Internet para pesquisa de conteúdos. Ainda assim, ele arriscou o palpite de que, com a difusão da banda larga e o saneamento de problemas de conexão, as pessoas perceberiam as oportunidades oferecidas pelo ambiente digital. E estava certo. Para o bem e para o mal, infelizmente neste último caso. A tecnologia do streaming⁶ já despontava como possibilidade multimídia aliada à interatividade. O que se percebe em plataformas como o Netflix é um entrelaçamento de possibilidades técnicas e apropriações sociais que interferem diretamente na constituição e nas transformações de uma cultura do audiovisual completamente invadida pela interatividade, pela hipertextualidade e, conseqüentemente, pela multimidialidade.

A multimidialidade é uma categoria da convergência midiática que extrapola o próprio meio no qual um determinado conteúdo midiático nasce. O que é pertinente perceber é como essa multimidialidade se estabelece entre diferentes meios pelas atividades de diferentes atores envolvidos em incontáveis processos comunicacionais mediante redes, seja em contexto de produção, circulação ou consumo.

O entendimento inicial sobre a multimidialidade está prematuramente atrelado ao aspecto técnico. O aprofundamento da discussão teórica, e a recorrência a exemplos que ilustram a interferência do elemento humano na constituição dessa característica revelam o nível social dessa categoria. Quanto ao nível cultural, práticas culturais interferem e são influenciadas por esses dois níveis, quando entendemos que está diretamente relacionada com os hábitos e o comportamento dos indivíduos no uso e no manuseio da diversidade de dispositivos e

funcionalidades, bem como pelas possibilidades interativas que proporcionam. Novamente, o movimento que se percebe entre os três níveis é dialético. A multimídia se define como a reunião de diferentes mídias em um único suporte ou ambiente, porém, de acordo com o exposto aqui, pressupõe a interatividade não só do indivíduo com o conteúdo, mas também entre os indivíduos que consomem essa multimídia. Assim, a categoria aborda questões técnicas, mas não deixa de influenciar nos âmbitos cultural e social, pois à medida que evolui transforma hábitos e, aliada às possibilidades interativas, interfere diretamente nas relações estabelecidas entre produtores e consumidores de conteúdo. Os hábitos culturais dos indivíduos contribuem, de maneira positiva ou negativa, impedindo ou instigando o progresso do desenvolvimento desses processos técnicos e sociais em termos de multimídia.

A seguir, da mesma forma como empreende-se nas categorias anteriores, recorre-se ao quadro para ilustrar as abordagens das referências. Esse exercício permite a visualização dos enquadramentos dados ao conceito, de forma que pode auxiliar não só na compreensão mais aprofundada sobre o tema, como também indicar a necessidade de recorrência a outras fontes.

■

Autores	Abordagens
Pool (1983)	Reunião de diferentes suportes eletrônicos e modos de
Lévy (1993)	Mensagens multimídia e o princípio da heterogeneidade
Castells (2003)	Convergência entre computadores, Internet e mídia.
Palacios (2004)	Convergência de formatos tradicionais (texto, imagem e
Leão (2005)	Multimídia como junção de linguagens midiáticas em
Jenkins (2006, 2008)	Falácia da caixa preta.
Kolodzy (2009)	Caixas pretas; junção de diversas mídias em um único
Jensen (2010)	Materialidade dos meios: multiplicidade de funções e
Pavlik e McIntosh (2011)	Combinação de vários tipos de linguagem em um único
Montaño e Kilpp (2011)	Transposição de fronteiras entre conteúdos audiovisuais

■

QUADRO 5 - MULTIMIDIALIDADE

FONTE: A autora.

As maneiras pelas quais a multimidialidade pode ser pensada partem da noção de que se trata de uma categoria que lida com as possibilidades combinatórias referentes aos conteúdos midiáticos, e isso é incontestável. É fundamental, no entanto, ir além dessa constatação, reunindo indicativos de que o elemento humano faz parte do processo que estabelece a multimidialidade como uma categoria que compõe a noção de convergência midiática. Essa verificação não é problemática, mas precisa ser logo considerada para que o fenômeno seja analisado em sua plenitude.

Algumas referências ignoram a atividade humana como parte do que move a multimidialidade em interligação com as demais categorias da convergência. A superficialidade de uma análise pensada apenas a partir das possibilidades tecnológicas limita a compreensão de um processo que depende do envolvimento e do compromisso que, ainda que involuntariamente, os atores comunicacionais assumem. A riqueza dos dados de uma análise também resulta dessa observação, que comporta um olhar mais aguçado para as brechas nas quais os aspectos sociais e culturais da multimidialidade se fazem mais notáveis.

Retomando então o exemplo para pensar as categorias da convergência midiática, a exploração de conteúdos multimídia pelo Mídia Ninja é uma de suas principais estratégias de ação política. A produção distribuída de conteúdo gera a multiplicação de ângulos e pontos de vista, proporcionando o enfrentamento de posicionamentos dentro da própria rede e também em contraposição ao conteúdo de outros meios tradicionais. Esse fluxo de formatos diversos é potencializado pela interatividade e pela hipertextualidade gerenciadas pelos indivíduos que, ninjas ou não, ingressam nesse processo de espalhamento criando uma espécie de engrenagem entre as três categorias capaz de determinar a configuração da convergência midiática identificada nas atividades de cobertura sobre os protestos. As práticas de cobertura dos ninjas são frequentemente realizadas a

partir de transmissões ao vivo feitas a partir de dispositivos móveis de comunicação, como já dito, de modo que a multimidialidade é resultado de apropriações técnicas que reconfiguram interações e hábitos a partir de possibilidades de produção, circulação e consumo de conteúdos de formatos diversos. Durante o período observado, essas transmissões são recorrentes nas publicações no Twitter e Facebook – como já dito, no Facebook várias publicações apresentam listas de links de streamings ao vivo. No Twitter, dos 82 tweets publicados ao longo dos 14 dias observados, 53 continham links para transmissões ao vivo. As fotos também são muito exploradas, até mesmo em conjunto com as imagens em vídeo: postagens no Facebook permitem a inserção de uma imagem juntamente com links para vídeos e transmissões ao vivo. No Twitter, várias publicações em texto são acompanhadas de links para imagens no Facebook. A recorrência entre Twitter e Facebook é frequente, e a pluralidade de formatos explorados pelo coletivo circula por ambas as redes a partir do espalhamento. Castells²⁶⁵ menciona a tecnologia do streaming como possibilidade multimídia aliada à interatividade quando se vê o uso de sites que permitem espaços de chats para que os indivíduos possam interagir por meio de texto simultaneamente à veiculação de um conteúdo de áudio ou vídeo. A cobertura feita pelos ninjas também explora essa possibilidade, por meio dos twitcastings. Do dia 27 de junho até o dia 17 de setembro o Mídia Ninja já havia registrado em sua conta no TwitCasting 222 vídeos de transmissões que foram realizadas ao vivo e divulgadas pelas redes do coletivo. A PósTV é outro canal utilizado pelo Mídia Ninja para transmissão de vídeos online, mas que surgiu antes do coletivo. Possui uma grade de programação previamente definida, mas que pode ser alterada em função dos acontecimentos. Vários temas são abordados nas transmissões, que veiculam não só transmissões ao vivo dos protestos, mas também outros eventos e acontecimentos, como audiências públicas, por exemplo. Twitcastings e conteúdos da PósTV apareceram em vários tweets e publicações no Facebook durante os dias analisados. As postagens divulgam o material e chamam os indivíduos para acompanharem as transmissões e debaterem acerca dos temas.

A diversidade de suportes e dispositivos para a geração e veiculação de conteúdo é um aspecto que fortalece práticas colaborativas de cobertura e produção, não só no caso das manifestações, mas em várias outras situações. A proliferação de suportes, dispositivos e formatos favorece o espalhamento no momento em que a multimidialidade é utilizada com base no processo de convergência, embasado

não apenas na multiplicidade técnica, mas nas interações que se estabelecem em torno de imagens, áudios, vídeos e textos, pelas práticas de participação e compartilhamento. É discutível, no entanto os níveis de interatividade que se estabelecem, ou não, no caso do Mídia Ninja, o que impediria o entendimento sobre a multimidialidade que o coletivo aciona nos moldes aqui permeados por meio da discussão que se fez sobre a categoria. Trata-se, no entanto, de uma questão a ser discutida com um aprofundamento teórico e empírico mais detalhado, que não cabe neste momento esmiuçar, mas que pode ser percebido em outras análises sobre o coletivo²⁶⁶.

Tendo assim sido expostas e discutidas as considerações sobre interatividade, hipertextualidade e multimidialidade e pensadas as possibilidades de interligações e interações realizáveis por meio dos links e das relações estabelecidas entre os indivíduos mediante diferentes mídias, pode-se então refletir sobre a questão do armazenamento como outra categoria que serve de suporte analítico do fenômeno da convergência midiática.

Armazenamento (e memória)

Para falar sobre o armazenamento²⁶⁷ de informações no ambiente digital é inevitável recorrer a estudiosos da memória humana. Isso porque a maneira como se busca conteúdo na web é por links. Ainda foi inventada uma maneira mais eficaz, ou ao menos mais popular do que os buscadores, no caso o buscador, já que o Google é o gigante que domina as buscas pela rede²⁶⁸, e que não funcione a partir das conexões hipertextuais. O médico e cientista argentino, estudioso da memória humana, Iván Izquierdo²⁶⁹ explica que “memória é a aquisição, conservação e a evocação das informações”, ou seja, trazendo para o campo da Ciência da Informação, memória é registro, organização e recuperação de informações. Os seres humanos estão constantemente realizando associações, recuperando informações mediante vasculhamento na memória, a qual não funciona de forma linear, muito menos como pastas organizadas em computadores, nem funciona ordenações alfabéticas, numéricas, categóricas ou temáticas. O pensamento humano é feito de conexões, as lembranças estão sempre relacionadas umas com as outras, interligadas por uma rede de pensamentos que se inter cruzam e que são recuperados de acordo com o

contexto em que o indivíduo está inserido no momento em que precisa recuperar alguma informação. Assim, a memória humana é associativa, estabelecida por meio de conexões, semelhante à memória digital, de modo que o armazenamento de informações no contexto online também se dá por conexões que se configuram mediante links hipertextuais. Nesse sentido, o funcionamento da memória humana é utilizado aqui como metáfora para se pensar os mecanismos de registro e recuperação de conteúdos que circulam pelas redes e que dependem de associações para as atividades de registro e recuperação.

Em se tratando de convergência midiática, é produtivo pensar sobre armazenamento e memória quando conteúdos produzidos originalmente para determinados meios de comunicação passam a circular em outros. Nesse sentido, o registro e a recuperação desse conteúdo se caracterizam como uma memória em movimento, registrada em diferentes espaços e manuseada não só pelos produtores originários do conteúdo, mas também pelos consumidores, que possuem um papel ativo na dinamização dessa memória por diferentes suportes. Originalmente, o processo de armazenamento dos conteúdos era mais estático, limitado aos arquivos de uma emissora de televisão, por exemplo, reunidos em depósitos fixos e restritos a um determinado número de pessoas. Com a possibilidade de digitalização, a memória de um meio de comunicação como um canal de televisão, um jornal impresso ou uma revista, por exemplo, extrapola as paredes de espaços físicos que abrigam material como fitas VHS, DVDs, material impresso etc., e pode então ser manipulada por uma maior quantidade de indivíduos. Conteúdos originariamente produzidos para um canal de televisão ou um jornal impresso passam a ser reproduzidos online. Com o tempo as produções se fragmentam e o ambiente digital passa a receber mais atenção, com a produção de conteúdo exclusiva para web e aplicativos. As atividades em torno desses conteúdos acontecem pela interatividade entre consumidores e produtores, dos consumidores com os conteúdos e dispositivos e também entre si. Dessa forma, a constituição de uma memória midiática não se resume ao produto original, mas a um conjunto de sentidos construídos e mobilizados por interações, cliques em links, comentários, manifestações de reação, entre outros comportamentos que acionam a formação e a transformação de uma memória que pode ser alterada por qualquer indivíduo conectado.

Diferentes plataformas de publicação de conteúdos, sites de redes sociais e aplicativos digitais ofertam diferentes maneiras de registrar informação. O comportamento das pessoas por meio de usos e apropriações dessas utilidades é o que movimenta essa memória, assim sempre dinâmica. Os modos de funcionamento do aparato tecnológico de produção, circulação e consumo de conteúdos fornecem a conjuntura técnica, que é transformada, adaptada e ajustada por esses usos, configurando assim os níveis técnico, social e cultural já abordados nas demais categorias. Rösney²⁷⁰ diz que existem vários tipos de memória, mas que ao se focar nas tecnologias digitais, é possível considerar a existência de memória implícita e de memória explícita. A memória explícita é o conjunto de informações armazenadas em bases de dados, podendo ser recuperada via mecanismos de busca, e ele cita a Internet como um sistema que permite o esquecimento e a recuperação de dados a qualquer momento, de acordo com a necessidade ou a vontade. Já a memória implícita se autoconstrói, como no caso de um link na web, que, quando criado, se constitui em uma via de acesso, um link implícito de memória. A memória implícita é a que confere movimento à memória explícita. As informações estão registradas em bases de dados, e são as conexões estabelecidas pelos indivíduos entre as informações que alteram essas bases, reconfigurando-as num ritmo contínuo à medida que a hipertextualidade como um todo é alterada a cada novo link gerado. Verifica-se assim a relação da categoria do armazenamento com a hipertextualidade, de modo que os links são fundamentais na constituição de uma memória em âmbito digital. Estabelecer e/ou recuperar informações no ambiente online, ou seja, criar e/ou recuperar informação, são atividades intrinsecamente hipertextuais.

Equivalente ao que Rösney²⁷¹ designa como a intercomunicabilidade dos links, a hipertextualidade é, assim, uma categoria muito próxima a de armazenamento, justamente por essa aproximação com a maneira pela qual funciona a memória humana. Seu argumento é o de que a união dessa possibilidade com o fato de as pessoas poderem interagir e intercriar no ambiente online é o que favorece a formação de uma memória coletiva e também de uma integração cultural pela rede. As possibilidades de criação coletiva, no caso do contexto digital mediante a prática da hipertextualidade, de conectar as informações por meio dos links, junto com as interações que ocorrem em torno dessa criação conjunta, geram essa memória coletiva e ao mesmo tempo ativa, que “se cria e se recria sem cessar, que constitui um estoque [...], é reavaliado e permite não só que se acrescentem conhecimentos aos que já se têm, mas também nos permite saber

como gerenciar o que se sabe”²⁷².

Assim, por intermédio da liberdade de intervenção na elaboração das redes hipertextuais, das conexões que formam essas redes e do contínuo enriquecimento e gerenciamento feito pelos próprios usuários, que entre si interagem na realização dessas ações, é que os indivíduos podem ter acesso a uma memória digital coletiva e dinâmica, que está em constante aperfeiçoamento, na medida em que todos podem, potencialmente, contribuir para a sua formação. E aqui a discussão sobre os algoritmos é acentuada nos últimos anos, já que a maneira como alguns sites vão delimitar a visualização dos conteúdos com base em diferentes, e em muitos casos desconhecidos²⁷³, mecanismos de organização acaba impedindo o acesso a determinadas informações. É inevitável também ações que interferem de forma negativa na formação e desenvolvimento dessas redes. Questões sobre a violência simbólica²⁷⁴, tão acentuada por meio de sites de redes sociais²⁷⁵, por exemplo, a perturbação por trolls²⁷⁶ em processos jornalísticos²⁷⁷, entre uma série de outras práticas que perturbam a formação de redes hipertextuais voltadas para a produção de conhecimento ou apenas troca de informações entre indivíduos online.

As redes digitais estão repletas de exemplos de compartilhamento de conteúdo que ilustram a constituição de memória digital coletiva e dinâmica, elaborada por pessoas que interagem em torno de conteúdos, conversam por diferentes espaços, relacionam informações via hashtags, promovendo uma conexão de informações e indivíduos que fomenta uma memória digital dinâmica e movimentada em múltiplos espaços pelos quais os conteúdos circulam. Um caso que acabou virando um documentário foi do atentado durante a Maratona de Boston, em 2013, nos Estados Unidos. *The Thread*, disponível no YouTube e no Netflix, além de sites de torrent e downloads de filmes, é um documentário de 2015 que conta como as mídias sociais e o uso que as pessoas fizeram delas na busca pelo responsável pelos ataques acabaram levantando a acusação de um homem inocente pelo atentado daquele dia. Um grupo de usuários do Reddit, uma blogueira, o BuzzFeed, o Twitter, entre outros atores midiáticos, são apresentados no documentário como os principais responsáveis pelo conteúdo que circulava nas redes e formava um conjunto amplo e dinâmica

de informações sobre os suspeitos pelas explosões. O documentário revela a força das redes, faz um alerta sobre o papel da imprensa tradicional diante da atividade em diferentes sites e plataformas, e mostra, de acordo com o que se discute nessa categoria, como o empenho coletivo na organização e recuperação de dados pode determinar o desenrolar de grandes acontecimentos.

As práticas de gravação, ou registro, e de acesso às informações e do como é possível fazer uso desses registros por meio das tecnologias digitais é o que Mitchell²⁷⁸ aponta como definidores do que pode transformar uma memória estática em memória viva. Essa ideia de memória viva pode ser associada com a noção de fluxo que se configura num contexto de convergência midiática. Trata-se de pensar como a memória é produzida, distribuída ou disponibilizada, acessada e consumida pelos indivíduos. Por isso ele fala na transformação de algo estático em algo vivo, de algo fixo para algo em movimento, assim como os conteúdos midiáticos hoje circulam por diferentes suportes e veículos. Para ele, é importante perceber como a informação tem sido colocada no mundo digital e como os indivíduos estão interagindo com e entre si e fazendo uso dessa informação. A hipertextualidade novamente entra em jogo quando se fala sobre essa transformação da memória estática para uma memória viva, em movimento. Por meio de interações com os conteúdos, e entre si, as pessoas praticam a hipertextualidade, reconfigurando a estrutura dos conteúdos midiáticos e, consequentemente, movimentando o armazenamento desses conteúdos. Tem-se aí a mistura da técnica com a socialidade e a transformação das práticas culturais. Para que essa memória entre em movimento é necessário não apenas a técnica adequada para tal, mas a apropriação social da memória, de maneira a consolidar na cultura de um determinado grupo o hábito de contribuir para a movimentação das conexões de um conjunto de lembranças que formam a memória desse grupo.

Outra referência que aborda a questão da memória de maneira interessante para um estudo sobre convergência é Kerckhove²⁷⁹, porém a partir de um raciocínio que decorre da hipótese de substituição da comunicação de massa pela comunicação por meio de formas interativas, que surgem com as tecnologias digitais. Ele não crê que um modelo de comunicação vá substituir o outro, pois acredita que a mídia de massa ainda possui um papel importante, que é o de

fornece uma dimensão social coletiva sobre o que acontece no mundo, nas e para as comunidades, sejam elas mais ou menos longínquas. A capacidade de interpelação e de interação dos indivíduos com as novas tecnologias é o que ele acredita que irá permitir uma espécie de superação do fenômeno da alienação, que ele ainda crê existir sobre alguns indivíduos, em termos de comunicação de massa. De alguma forma, já se percebem alterações nesse sentido, diante do que Jenkins²⁸⁰ considera como cultura da convergência e o papel desempenhado pelos consumidores de produtos midiáticos, principalmente pelo que vai, junto com Ford e Green²⁸¹ chamar de mídia de espalhamento, ou mídia propagável.

Indo um pouco mais a fundo, o que Kerkchove²⁸² considera como essa superação decorre de três fatores. Primeiro a modificação do lugar do conhecimento e do tratamento da informação, que deixa o corpo do indivíduo para se situar no exterior, na tela – e hoje é possível falar em diversas telas, na medida em que o conteúdo midiático circula por diversos aparelhos. Segundo, a tela permite a disposição do conjunto de informações mediante uma relação individual com o público, ou seja, via dispositivos digitais a consciência migra do interior para o exterior do cérebro. Por fim, esses dispositivos e a Internet permitem que o tratamento da informação seja, ao mesmo tempo, individualizado, quando da relação com a tela, e conectivizado, em função da dimensão coletiva e relacional que a Rede e as novas tecnologias instauram. O autor utiliza o termo conectivizado em vez de coletivizado justamente para salientar que, mesmo com a grande quantidade de informação que a forma, a rede possibilita via links a conexão de um ponto a outro com grande precisão, ou seja, o estabelecimento de uma memória digital em constante movimento, como já se havia dito anteriormente; e aqui novamente se visualiza pela conexão da memória com a hipertextualidade.

Sendo a Internet um conjunto de conexões, o indivíduo teria, supostamente, maior controle no acesso aos conteúdos – diferentemente do que, no caso de uma mídia de massa, ele entende, em que a operação se dá de forma generalizada. Sabe-se hoje que esse controle em muitos casos é ilusório, mas ainda assim pode-se abordar aqui o argumento dele de que a memória jamais seria algo estático e imóvel. Por meio das redes, seria um processo de criação e reconstituição infinito no qual os sistemas de comunicação possuem um papel

ativo. As relações de convergência midiática demonstram isso pelo fluxo de conteúdos que se estabelece entre diferentes meios e pelas práticas hipertextuais e de interatividade que se efetivam mediante as diversas ferramentas que permitem a formação desse fluxo e, conseqüentemente, a constituição e a dinamização da memória nesses meios. É uma memória que não se limita a um ou outro meio, mas que circula por diversos; podendo iniciar em qualquer um e por vários perpassar ao longo de sua existência, a partir da movimentação engendrada por seus produtores e consumidores.

Essa movimentação também é algo que depende de como as pessoas agem nas redes, o que necessariamente decorre do conhecimento que possuem sobre o meio. É o que Lévy²⁸³ entende como a necessidade de saber como encontrar uma informação no contexto digital: “[...] o sistema de localização das informações e o caminho de acesso resultam mais importantes do que o estoque de informações, ao que parece, garantido e disponível”. O uso dos procedimentos técnicos que permitem a prática hipertextual, e assim a conexão dos registros via links, e a interação entre os indivíduos são os fatores que propiciam a formação de uma memória digital. Na medida em que “cada um cria seus diferentes laços, um trajeto de conhecimento, de lembranças e de reminiscências e, este conjunto pode se tornar público”, os processos de troca em torno do conhecimento pelos indivíduos auxiliam na busca pela informação. Essa busca é potencializada pela atividade de produtores e consumidores de conteúdos, que por meio da hipertextualidade e da interatividade podem criar artifícios que facilitam a constituição dessa memória e sua recuperação como o uso de tags, esquemas de linkagem baseados em palavras-chave, sistemas de arquivo e gerenciamento de conteúdos por aplicativos que aliam funcionalidades de registro com compartilhamento, entre outras tantas formas de navegação e troca de dados online. São práticas que acarretam transformações de nível técnico, ao agregarem novas ferramentas e funcionalidades ao processo de constituição da memória, além de reconfigurações sociais que se referem a participação dos indivíduos nos processos de elaboração e dinamização dessa memória pelas atividades realizadas a partir do uso de ferramentas e sistemas diversos de armazenamento e recuperação de conteúdos. As alterações no nível cultural ocorrem pelas mudanças de comportamento adotadas pelos indivíduos na forma como passam a lidar com as oportunidades de constituição e recuperação da memória nos diversos espaços pelos quais circulam os conteúdos midiáticos, bem como, dadas as funcionalidades oferecidas pelos sistemas que permitem o

arquivamento e a dinamização dessa memória.

Os sites de redes sociais ilustram as práticas coletivas de constituição e recuperação dessa memória que é dinâmica e mobilizada a cada nova produção de sentido. O tempo de existência desse tipo de site mostra o quanto seus usos para o resgate de informações aproveitam facilidade de movimentação de memórias que em suportes analógicos seriam ou irrecuperáveis ou mais difíceis de serem resgatadas. Durante as Olimpíadas de 2016, que aconteceram no Brasil, a nadadora Joanna Maranhão utilizou seu perfil no Facebook para pedir respeito diante de comentários agressivos que teria recebido em sites de redes sociais²⁸⁴. Avisou que iria processar os autores das ofensas e agradeceu mensagens de apoio da torcida que recebeu no site. Alguns dias depois, foram recuperados posts no Twitter que a nadadora publicou em 2011, utilizando termos pejorativos para caracterizar mulheres e agredindo verbalmente a transgênero Ariadna, ex-participante do Big Brother Brasil. Os tweets recuperados serviram como instrumento de confronto aos comentários de Joanna durante as Olimpíadas, mostrando como os conteúdos publicados online são facilmente recuperados, a qualquer momento, por qualquer pessoa. A circulação dos tweets de 2011 que foram recuperados ressignificaram os comentários de Joanna feitos em 2016, desconstruindo parte de seu discurso por meio da atividade de usuários atentos, o que acabou gerando novas pautas para o jornalismo. É um exemplo que, além de demonstrar a representatividade da categoria de armazenamento no processo de convergência, exemplifica a diversidade de atores envolvidos na produção, na circulação e no consumo de conteúdos.

A seguir, o quadro ilustra as abordagens sobre a categoria do armazenamento por intermédio dos tipos de memória classificados por alguns autores e algumas transformações que observam ao refletirem sobre o assunto. Novamente, trata-se de um exercício que pode ser prolongado com a inserção de outras referências, ampliando a discussão e reunindo diferentes pontos de vista sobre o tema.

■

Referências

Tipos

Rösney (2006) Memória implícita (dinâmica - links na web) e memória expl
Mitchell (2006) Não define tipologia.
Kerckhove (2006) Conectivização: conexão da memória com a hipertextualidad
Lévy (2006) Hipertexto, conexão e interação permitem a formação de uma

■ QUADRO 6 - ARMAZENAMENTO (MEMÓRIA)

FONTE: A autora.

A hipertextualidade e o movimento das informações que constituem um ou outro tipo de memória são recorrentes nas abordagens visitadas. O desenvolvimento das tecnologias digitais sempre traz consigo um debate sobre memória e armazenamento, seja pelas facilidades que gera, seja pelos desafios que provoca, ou pelas consequências que acarreta. Assim como as categorias já exploradas até aqui, esta também relaciona níveis técnico social e cultural ao mobilizar a conexão entre diferentes meios, e atores. A atividade desses atores estimula a transformação desse armazenamento, que é modificado por novas formas de registro e recuperação de conteúdos que circulam nesses meios e que são acionadas pelos indivíduos que os produzem e consomem a partir de diferentes formatos e dispositivos que permitem o registro de uma memória que assim se constitui como dinâmica. A partir do que foi exposto, percebe-se também a interdependência que a categoria possui com outras que já foram aqui mencionadas, de modo que também se relaciona com outras categorias que ainda serão apresentadas a seguir.

Indo além na exemplificação das categorias, é importante pensar a questão do armazenamento quando conteúdos produzidos originalmente para determinados meios de comunicação passam a circular em outros. O coletivo Mídia Ninja não produz conteúdo para nenhum meio de massa, mas gera conteúdos de formatos diversos, que circulam não só em suas contas de Twitter e Facebook mas se espalham pela rede via compartilhamento realizado por milhares de seguidores, impactando diretamente na organização e no próprio rumo de atos e manifestações, e também na produção de conteúdo pelos meios e veículos de massa.

A utilização de hashtags, principalmente no Twitter, e agora também no Facebook, tem permitido estudos²⁸⁵ que trabalham a circulação da informação no âmbito das redes, buscando identificar impactos e transformações em termos

técnicos e sociais no campo da comunicação. Nesse sentido, o registro e a recuperação desses conteúdos se caracterizam como uma memória em movimento em torno das mobilizações. Essa memória fica registrada em diferentes espaços e é constantemente manuseada pelos produtores do conteúdo e também pelos consumidores, que possuem um papel ativo na dinamização dessa memória por diferentes suportes, já que potencialmente todos podem estar presentes em atos de rua. Aqueles que não participam diretamente dos atos acabam contribuindo para a dinamização dessa memória mediante compartilhamentos dos conteúdos que realizam nas redes sociais. A circulação das informações textuais e audiovisuais produzidas por diversos “ninjas” se espalha por uma infinidade de perfis e dispositivos, de modo que pode ser recuperada a qualquer momento, a partir de qualquer ponto, facilitando o acesso não só a quem está em casa acompanhando as manifestações, mas também àqueles que circulam pelas ruas nos momentos mais tensos e determinantes das mobilizações.

Recuperando então a argumentação de Rösney²⁸⁶, a memória implícita da produção do Mídia Ninja confere movimento à memória explícita, formada por conteúdos textuais e audiovisuais espalhados por espaços diversos. As informações estão registradas em bases de dados e são as conexões estabelecidas pelos indivíduos que alteram essas bases, reconfigurando-as num ritmo contínuo conforme a hipertextualidade como um todo é alterada a cada novo link estabelecido – a cada retweet e a cada compartilhamento, nos casos do Twitter e Facebook, respectivamente. É importante destacar que toda essa flexibilidade gera o risco da perda da memória, dado o fato de que um determinado conteúdo pode ser apagado e ter, assim, suas conexões quebradas caso não tenha sido salvo por um ou outro usuário – o que é difícil de não acontecer hoje em dia. Outro perigo é o fortalecimento da capacidade de vigilância, por regimes autoritários, dessa memória fluida e disponível online. Quando Mitchell²⁸⁷ fala na transformação de algo estático em algo vivo, de algo fixo para algo em movimento, é fácil fazer um paralelo com os conteúdos midiáticos que circulam por diferentes suportes e veículos via redes digitais. Para ele, é importante perceber como a informação tem sido colocada no mundo digital e como os indivíduos estão interagindo com e entre si e fazendo uso dessa informação. A circulação dos conteúdos veiculados pelo Mídia Ninja, assim como a coletividade empreendida na produção desses conteúdos, reflete uma mudança não só na maneira como a memória é constituída, mas em como ela pode ser

movimentada e alterada. Em 2013 o Facebook passou a permitir a edição das publicações, funcionalidade que afeta diretamente a constituição da memória e é capaz de afetar a prática de compartilhamento no site de rede social, já que não há garantia de que o autor de uma publicação não possa alterar completamente o conteúdo inicialmente divulgado. No caso do Mídia Ninja, assim que a funcionalidade foi implementada, várias publicações na fanpage do coletivo apareceram com a notificação de que haviam sido editadas, de modo que a credibilidade dessas informações pode ainda mais ser colocada em dúvida, o que é significativo diante do contexto de manifestações e debates políticos objetos de grande parte das publicações. Essa possibilidade de alteração da memória de conteúdos sobre as mobilizações contribui para o enfraquecimento da legitimidade, status conquistado continuamente e com esforço diante da atuação da mídia de massa, de modo que precisa ser efetuada com cuidado.

Práticas coletivas como as empreendidas pelo Mídia Ninja acarretam transformações de nível técnico na condução de mobilizações organizadas em rede, já que são incorporadas novas ferramentas e funcionalidades no armazenamento de informações e conteúdos sobre protestos e atos de rua. Mas são as reconfigurações sociais que se referem à participação dos indivíduos nos processos de elaboração e dinamização dessa memória, pelas atividades realizadas a partir do uso de sistemas diversos de armazenamento e recuperação de conteúdos, que provocam ressignificações na forma como a circulação se efetiva. Ocorrem também alterações de nível cultural, pelas mudanças de comportamento adotadas pelos indivíduos na forma como passam a lidar com as possibilidades de constituição e recuperação da memória nos diversos espaços pelos quais circulam os conteúdos midiáticos, bem como devido às funcionalidades oferecidas pelos sistemas que permitem o arquivamento e a dinamização de conteúdos. O Mídia Ninja tem apresentado um papel de destaque na constituição de novas práticas no âmbito da comunicação sobre as mobilizações em rede, impactando na constituição da memória de uma série de atos e protestos encadeados mediante conexões oriundas das redes. Ainda que reproduza lógicas e práticas unilaterais e verticalizadas em alguns casos de cobertura, a colaboração aplicada aos processos de produção e circulação de seus conteúdos é um dos principais aspectos de suas atividades que vem gerando visibilidade para o coletivo.

Mobilidade

Ao definir a mobilidade como “o movimento do corpo entre espaços, entre localidades, entre espaços privados e públicos”, Lemos²⁸⁸ diz que, da interface entre mobilidade, espaço físico e ciberespaço, surgem novas práticas do espaço urbano. O desenvolvimento da computação móvel, ele sinaliza, abre espaço para a computação ubíqua, pervasiva e senciente, para o que ele chama de era da conexão móvel, na qual a rede é um ambiente generalizado de conexão que envolve o usuário, em plena mobilidade.

As palavras ditas em 2004 estão mais de acordo com a segunda década do século XXI, em que essa conexão ainda não é generalizada, mas já tem um alcance bem mais significativo do que em 2004. Lemos é um dos primeiros autores no campo da comunicação a abordar a mobilidade da comunicação em contexto digital²⁸⁹. Ele usa o termo fusão para falar sobre o surgimento de práticas híbridas entre o espaço físico e o espaço eletrônico. Naquele momento, vislumbrava, e afirmava com segurança, que a nova configuração, ainda em formação, promoveria a disseminação de “práticas de nomadismo tecnológico”, visto que as tecnologias vinham tornando-se “cada vez mais pervasivas, transparentes e ubíquas”. A cultura da mobilidade seria para ele, alguns anos mais tarde, a nova fase da cibercultura²⁹⁰.

Colocar a mobilidade como uma categoria do fenômeno da convergência pressupõe considerar o peso técnico que essa onipresença de tecnologias móveis que Lemos aponta faz sobre o conceito aqui discutido. São, sem qualquer dúvida, dispositivos digitais que potencializam a mobilidade de dados, e também de pessoas que manipulam esses dados, pelo espaço urbano. Esse aparato impulsiona a reconfiguração de práticas comunicacionais de produção e consumo de conteúdos midiáticos em contexto de movimento. Mas essa ênfase, ao contrário do que se pode inferir inicialmente, não é marcada por um entendimento baseado apenas nos incrementos tecnológicos. Ainda que a mobilidade esteja fortemente atrelada ao desenvolvimento dos dispositivos que muitas vezes podem determinar o surgimento de novas, ou a reconfiguração de práticas sociais e culturais, o contrário também pode ocorrer. Há que se pensar no surgimento de novos aparelhos técnicos em função da demanda oriunda de

comportamentos sociais e culturais, de modo que não há predominância de um nível sobre o outro²⁹¹.

Uma defasagem entre a aceleração que sofreram os meios de transporte da informação e a que sofreram os movimentos dos sujeitos da informação acarretou uma crise de paradigma pelo fato de o transporte de informação ter adquirido mais velocidade do que o trânsito dos corpos. O argumento é de Montañó e Kilpp²⁹², que lembram como a Internet inverte a noção de viagem e distância que se tinha anteriormente, já que as informações estão disponíveis instantaneamente em (quase) qualquer ponto do planeta, enquanto que as pessoas, ainda que possam se movimentar via modernos meios de transporte, ainda são mais lentas do que a informação. Elas apontam que o movimento feito pela informação e principalmente pelas redes conectadas pela Internet é responsável pela configuração de um trânsito que difere do transporte; trata-se de um “movimento pós-territorial”, que não mais se caracteriza como geográfico, mas como um fluxo – e aqui novamente a noção de fluxo desponta como fundamental para encarar o conceito de convergência.

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

É nesse contexto de mobilidade que esse fluxo é impulsionado pelo

desenvolvimento da computação sem fio, da popularização dos celulares, das redes de acesso à Internet sem fio e das redes caseiras com a tecnologia bluetooth. Todas essas tecnologias implicam “transformações nas práticas sociais, na vivência do espaço urbano e na forma de produzir e consumir informação”, e a afirmação de Lemos²⁹³ tem elementos suficientes para justificar a inserção da mobilidade como uma categoria de análise sobre convergência midiática.

No início dos anos 2000, um cenário como esse ainda não estava completamente delineado, mas com os anos essa era da conexão é cada vez mais real, com uma maior diversidade de dispositivos tecnológicos que permitem o acesso à Internet a partir de qualquer lugar, seja gratuitamente, no caso de redes de acesso Wi-Fi abertas, seja no modo pago, por redes 3G e 4G. Além disso, tanto o acesso a essas redes como aos próprios dispositivos tecnológicos que permitem adentrá-las têm seus custos diminuídos e, caso o usuário não seja um aficcionado por tecnologia e se contente com aparelhos que não os tops de linha desse mercado, pode-se dizer que uma considerável parcela da população está utilizando esses aparatos para se conectar a partir de qualquer lugar, a qualquer momento²⁹⁴. É nítida a mudança cultural em termos de apropriação de uma nova tecnologia, nesse caso específico do telefone celular, para práticas comunicacionais que vão além das que podem ser realizadas com um telefone fixo, acarretando assim mudanças no comportamento dos indivíduos nesse contexto de mobilidade.

Em uma abordagem sobre o impacto da comunicação móvel no Brasil, no final da primeira década do século XXI, Pellanda²⁹⁵ sugeria que o aumento de conexões em função da tecnologia móvel no país vinha proporcionado desafios e oportunidades aos hábitos sociais, assim como para os limites entre os espaços públicos e privados. A partir do que ele convencionou chamar de “acesso always on” novas formas de distribuição e circulação de informações vinham ganhando força num contexto onde os aparelhos são “hiperpersonais”, já que, ao contrário dos computadores pessoais, esses aparelhos são usados apenas por uma pessoa. É uma mudança cultural significativa, levando-se em consideração a passagem do uso do telefone analógico e fixo para o uso de um aparelho digital e móvel que permite a realização de uma gama de funções muito ampla em relação ao que se podia fazer anteriormente.

O acesso à Internet pela comunicação móvel, por meio do uso desses dispositivos, vem auxiliando no processo de inclusão digital. Pellanda²⁹⁶ demarca a força que os celulares representam nessa inclusão à medida que vão incorporando novas funcionalidades ao longo dos anos, permitindo que seus usuários possam fazer cada vez mais coisas com um dispositivo móvel com conexão à Internet. Assim, por custarem menos do que um computador pessoal, por exemplo, os celulares acabam se tornando a porta de entrada de muitos indivíduos para a Internet. Ainda que com um pacote de dados de baixo custo, é mais vantajoso para um indivíduo cuja renda é baixa adquirir um celular do que um computador de mesa ou um laptop, mas ainda assim garantir o acesso à rede. O celular estaria, dessa forma, garantindo o acesso daqueles que ainda não possuem possibilidades financeiras de adquirir um computador e assinar um serviço de conexão.

As transformações pelas quais as cidades já passaram, e ainda irão passar, ao longo do século XXI se dão, em grande parte, como aponta Silva²⁹⁷, pela emergência de novos objetos móveis que, conectados por redes sem fio, permeiam o espaço urbano. Com foco na mobilidade relacionada ao jornalismo, ele também recorre às primeiras abordagens de André Lemos para mostrar como a cultura da mobilidade se espalha por práticas e contextos distintos como mídia locativa, jogos, educação, entre outras tantos setores, gerando interfaces entre diferentes disciplinas, indo assim além da questão comunicacional.

O crescimento da adoção de tecnologias móveis demonstra a importância que a mobilidade assume nos processos de comunicação. Trata-se de uma característica que não pode ser deixada de lado quando se estuda a relação que se estabelece entre diferentes meios e se verifica que o conteúdo de um meio de comunicação originalmente de massa passa a se relacionar com a web e as tecnologias digitais de comunicação. Montañó e Kilpp²⁹⁸ chamam a atenção para a popularização do uso de dispositivos móveis e produção de conteúdo audiovisual em contexto de mobilidade, por exemplo. O acesso a hardware e software para produção audiovisual, a ubiquidade de equipamentos de gravação de som e imagem, a popularização da conexão de banda larga e a diversidade de

plataformas gratuitas para publicação de conteúdo audiovisual são fatores que elas enumera como principais responsáveis pelo acesso a esse tipo de conteúdo se tornar cada vez mais simples, rápido e barato. Isso fez com que o audiovisual fosse potencializado pelos usos e apropriações feitos pelos indivíduos, de forma que os conteúdos produzidos passaram a se espalhar por outras mídias, saindo do controle exclusivo de grandes empresas de comunicação.

Assim, as reconfigurações perpassam os níveis técnico, social e cultural ao longo do desenvolvimento das tecnologias móveis, de forma que o acompanhamento da evolução tecnológica propicia a inserção de novas práticas sociais na vida dos indivíduos que utilizam determinadas tecnologias de forma que uma nova cultura comunicacional se estabelece a partir dos usos que vão sendo criados e recriados, bem como novos dispositivos vão sendo disponibilizados no mercado a partir das necessidades que esses consumidores vão criando à medida que ampliam seus conhecimento sobre esse tipo de tecnologia.

Além da mobilidade proporcionada pelos dispositivos, a multiplicidade de funções oferecida por esses aparelhos móveis de comunicação digital é outro aspecto que deve ser observado nessa abordagem sobre a mobilidade. Essa característica poderia ser considerada como um tipo de multimidialidade, ainda que estritamente técnica. Tal multimidialidade funcional permite que os conteúdos midiáticos sejam visualizados em outros suportes que não apenas o dos seus meios originários, como no caso dos conteúdos televisivos que hoje podem ser consumidos via celulares e tablets, por exemplo. Trata-se, de certa forma, de um aumento de público e de visibilidade, já que o conteúdo passa a não só estar em espaços diversos, mas também a ser acessível a partir de diferentes dispositivos. Henriques²⁹⁹ propõe uma análise etnográfica sobre os dispositivos móveis e sua influência nos processos comunicacionais. Mostra, assim, como as conexões sociais relacionadas à mobilidade tecnológica e ao desenvolvimento dos dispositivos móveis influenciam no compartilhamento de conteúdos e na formação de redes sociais que são móveis e que unem espaços híbridos à tecnologia.

A mobilidade também influencia na relação entre produtores e consumidores de informação, não apenas em função de questões que envolvem funcionalidades técnicas, mas pelo impacto social e cultural que produz nos processos de comunicação estabelecidos entre os indivíduos. Silva³⁰⁰ sublinha a mobilidade desses atores, tanto produtores quanto consumidores de informação, que podem estar em movimento, em aspectos físico e informacional, em função das tecnologias móveis, estando assim em situação ubíqua e pervasiva. Desse jeito, a mobilidade influencia não só as esferas de produção, mas consequentemente as de circulação e consumo, já que por meio de diferentes suportes os indivíduos podem não apenas consumir os conteúdos midiáticos como também responder, instantaneamente, a esses conteúdos, com novas produções.

Outro fator a ser apontado é o de que a mobilidade alia a instantaneidade aos processos comunicativos e garante essa instantaneidade não apenas na transmissão do conteúdo, mas também no consumo, vide a proliferação de transmissões ao vivo via sites de redes sociais e aplicativos para dispositivos móveis. Antes das tecnologias móveis digitais o indivíduo precisava estar em frente a um aparelho de televisão para acompanhar uma transmissão ao vivo, o que supunha que ele estivesse em casa ou em outro lugar, mas numa situação fixa. Atualmente é possível acompanhar transmissões ao vivo por meio dos dispositivos móveis, podendo também estar em movimento. É a instantaneidade levada ao extremo em função de possibilidades técnicas que permitem a mobilidade dos dispositivos e dos indivíduos.

A questão do lugar das interações deriva diretamente dessa relação entre mobilidade e instantaneidade, que Pellanda³⁰¹ pontua como novas formas de comunicação móvel interferem em mudanças no lugar da interação, dependendo da mobilidade do indivíduo. A Internet descentralizou a informação, antes contida apenas em lugares que pressupunham o deslocamento físico. No entanto, ele diz que os espaços físicos não possuem o poder de agregar a socialização unicamente em função da proximidade geográfica e afirma que a tecnologia de comunicação móvel pode alterar as formas de interação entre as pessoas nos espaços públicos. Hoje é possível se comunicar com outras pessoas estando em movimento, ambos os atores de um processo comunicativo podem estabelecer interações em movimento.

Ainda que as possibilidades sejam várias, a mobilidade é uma característica no âmbito da comunicação digital que ainda está em fase embrionária, com relação aos modos de interação homem/máquina que pode proporcionar. As situações de uso e as necessidades ainda são distantes das de um computador pessoal, bem como linguagens como a voz e os gestos podem ter papel fundamental nesse contexto. A interação do corpo com o aparelho é mais profunda do que com um computador pessoal, além da necessidade de outras interfaces. Dez anos depois dessas considerações é possível visualizar alguns avanços, e a intensificação das transmissões ao vivo revelam esse avanço. Ainda mais importante é a afirmação que ele faz quando diz que a comunicação móvel não pode ser realizada mediante simples transposição de tecnologias, e é essa ideia de transposição que se rebate, desde o início desse livro, ao se falar em convergência.

No quadro que segue as considerações discutidas foram classificadas em abordagens sobre mobilidade, características e transformações decorrentes de seu desenvolvimento no âmbito da comunicação.

■

Referências	Abordagens
Lemos (2004; 2009)	O movimento dos corpos por espaços e localidades me
Pellanda (2006; 2009)	Diferentes oportunidades e desafios para os hábitos soc
Silva (2009; 2016)	Produtores e consumidores de informação em movime
Montaño e Kilpp (2011)	Uma crise de paradigma: pessoas em movimento mais

■ QUADRO 7 - MOBILIDADE

FONTE: A autora.

A mobilidade implica repensar formas de produção de conteúdo para um público de consumidores em movimento, apto e disposto a consumir conteúdo a qualquer momento e em qualquer lugar, da mesma forma que está disposto e apto a emitir conteúdo também. O entremeamento entre espaços públicos e privados se intensifica, é reconfigurado, constantemente sofre a interferência das relações sociais que se transformam pelo desenvolvimento da comunicação móvel. Com os anos, é uma categoria que precisa ser revista, diante das modificações pelas quais o aparato técnico passa. O Mídia Ninja é um coletivo que explora a mobilidade como uma de suas principais características na tentativa de estabelecer um fluxo de informação que corre em paralelo aos conteúdos veiculados pelas mídias de massa. A exploração de plataformas de streaming e o uso de dispositivos digitais que permitem a transmissão ao vivo reúnem grande parte da cobertura realizada pelo coletivo sobre atos e mobilizações de rua.

O uso de dispositivos móveis de comunicação no cenário das mobilizações em rede inicia por meio das mensagens de texto, ampliando-se com o passar dos anos para a publicação de conteúdo em sites de redes sociais³⁰². Todas essas mudanças reconfiguram processos de produção, circulação e consumo de conteúdos midiáticos. A mobilidade é uma das possibilidades que mais enriquecem o trabalho desenvolvido por coletivos como o Mídia Ninja, pois potencializa o deslocamento e a circulação das informações a partir de qualquer lugar, permitindo que qualquer indivíduo munido de um dispositivo móvel participe do fluxo informacional estabelecido via redes sociais, aliando textos, fotos, áudios e vídeos. É frequente não só a publicação de material produzido originariamente pelo Mídia Ninja; o coletivo também retweeta e compartilha informações publicadas por outros usuários que se encontram nos atos nas ruas em diversas cidades do Brasil – ainda que com pouca frequência –, ajudando a espalhar mais conteúdo sobre o que se passa nas ruas. Em situações de protestos e atos de rua, tais possibilidades podem alterar as rotas de manifestações,

informar sobre posicionamentos de manifestantes e polícia e até mesmo redirecionar ou definir a continuidade das ações coletivas.

Como atualmente a apropriação das mídias sociais vai além das possibilidades interativas restritas à realização de comentários em blogs, sites e portais noticiosos, por exemplo, a produção multimídia faz parte de um circuito de produção, circulação e consumo encabeçado por uma mídia alternativa, que atua desvinculada dos meios de massa, gerando um fluxo comunicacional que trabalha sob um novo modelo de comunicação, não mais baseado na unilateralidade. A mobilidade é, além de uma característica desse novo modelo, um fator propulsor dessas novas rotinas informacionais. A divulgação de transmissões ao vivo está presente na maioria das publicações na fanpage do Mídia Ninja, por meio de vários links de um mesmo evento, atestando a importância que a instantaneidade, aliada nesse caso à mobilidade, tem no processo comunicacional que o coletivo estabelece. O óbvio, mas que deve ser mencionado, pois interfere nessa reconfiguração de modelos comunicacionais, é o fato de que a mobilidade alia a instantaneidade aos processos comunicativos e garante essa instantaneidade não apenas na transmissão do conteúdo, mas também no consumo. O indivíduo que consome o conteúdo produzido pelo Mídia Ninja não precisa estar em casa, em frente ao computador, para ter acesso a essa produção. Ele pode acompanhar as transmissões ao vivo por dispositivos móveis, podendo ele também estar em movimento. É a instantaneidade levada ao extremo em função de possibilidades técnicas que permitem a mobilidade dos dispositivos e dos indivíduos.

A questão do lugar das interações, que Pellanda³⁰³ indica derivar diretamente dessa relação entre mobilidade e instantaneidade, é outro ponto que pode ser pensado a partir do Mídia Ninja. Atualmente, é possível se comunicar com outras pessoas estando em movimento, ambos os atores de um processo comunicativo podem estabelecer interações em movimento. A importância dos smartphones nesse contexto de protestos é destacada por Monterde e Postill³⁰⁴ como uma nova forma de articulação entre a ocupação de espaços online e espaços físicos, principalmente por meio do Twitter e da possibilidade de streamings, como se nota diariamente na atuação do Mídia Ninja. Ao avaliarem o uso dos dispositivos móveis na constituição do movimento Indignados (15M),

na Espanha, em 2011, chamam a atenção para a importância que a mobilidade desempenha em diferentes momentos: na preparação, na explosão e na difusão do movimento. Durante a preparação, a utilização dos smartphones é menos intensa do que na explosão, quando os dispositivos são frequentemente utilizados para a coordenação da ocupação de espaços físicos e para a denúncia de abusos por parte da polícia. Na difusão, a mobilidade, aliada à circulação de conteúdo nas redes sociais, auxilia no espalhamento das informações sobre um movimento. Hoje, pensar as mobilizações sociais em rede sem considerar aspectos referentes à mobilidade é ignorar o impacto da tecnologia na configuração de atos organizados em rede a partir das apropriações realizadas para a comunicação interna de movimentações e sobre essas atividades em termos midiáticos.

O papel que a mobilidade assume em termos de influência na reconfiguração do fluxo midiático entre produtores e consumidores de conteúdos também se relaciona com a próxima categoria a ser abordada, a visibilidade, já que, como já foi mencionado anteriormente, amplia a distribuição dos conteúdos para outros suportes que não apenas de seus meios de comunicação originários.

Visibilidade

A liberdade de emissão de conteúdo que os anos 2000 trouxeram para qualquer indivíduo conectado está relacionada não só com as formas de produção, mas também com as de transmissão, ou seja, ainda que não produza, um indivíduo conectado adquire o poder de repassar, de disseminar informação e conteúdos por meio da web. Esse poder de repasse, de disseminação, sobre o qual se debruçam Jenkins, Green e Ford³⁰⁵ ao tentarem revelar e entender os aspectos do compartilhamento e do espalhamento, relaciona-se diretamente com a visibilidade das mensagens que circulam por meios e redes digitais.

Em um artigo sobre a relação entre visibilidade, subjetividade e tecnologia, Fernanda Bruno³⁰⁶ delinea o início de uma discussão que se estende à medida que a tecnologia digital de comunicação evolui, mostrando como a relação entre

esses três elementos ganha novos contornos pelo desenvolvimento tecnológico. Com foco em questões sobre vigilância, Bruno parte da perspectiva de que as tecnologias fazem parte de uma transformação na maneira como os indivíduos constituem a si mesmos e suas identidades nas relações entre si e também pelo olhar alheio. Nesse sentido, a visibilidade é uma categoria que deve ser analisada quando se reflete sobre convergência midiática por ser cada vez mais potencializada por tecnologias comunicacionais contemporâneas.

Novas formas de visibilidade são apontadas Thompson³⁰⁷, que variam de um meio para outro, essencialmente pelos aspectos que são essenciais de uma visibilidade que acontece a partir da copresença. A partir de suas análises sobre como o desenvolvimento e o avanço da mídia foram responsáveis por transformações na natureza da interação social e sob a premissa de que o uso dessas mídias cria novas formas de ação e de interação de acordo com as propriedades distintas específicas de cada meio, ele entende que uma nova forma de visibilidade mediada se estabelece. O autor faz um resgate evolutivo dos meios de comunicação para apresentar tipos de visibilidade em cada momento das trajetórias históricas desses meios. Essa recuperação é sempre interessante, pela reflexão que provoca do contexto presente de uma análise que pretende pensar a convergência, por isso é relevante como exercício reflexivo.

Um exemplo que ajuda a lembrar como a visibilidade era estrategicamente pensada quando da inexistência de mídias impressa e outros tipos é o da relação entre visibilidade e poder político. Nessa época, a visibilidade de líderes políticos era dependente, em grande parte, da aparição física deles, ou seja, em um contexto de copresença. O desenvolvimento da imprensa e de outras mídias, explica Thompson³⁰⁸, permitiu a desvinculação entre a visibilidade e a aparição física dos políticos. O surgimento das mídias eletrônicas, dentre as quais ele destaca o rádio e a televisão, seguiram na mesma tendência, porém a visibilidade criada por esse tipo de mídia era diferente da visibilidade gerada pela imprensa escrita.

Quando surge a mídia eletrônica, a visibilidade passa a ser caracterizada pelo

que Thompson chamou de “simultaneidade desespacializada”, já que pessoas situadas a longas distâncias umas das outras passaram a ter a possibilidade de se fazerem visíveis e ouvidas praticamente no mesmo instante, ainda que sem compartilhar o mesmo âmbito espacial. “O rádio criou a audição mediada, possibilitando a codificação e transmissão da propriedade oral da voz humana para uma grande quantidade de pessoas distantes, enquanto que a televisão possibilitou a gravação e disseminação tanto das referências orais quanto visuais”³⁰⁹. Com o surgimento da Internet e das tecnologias digitais, amplifica-se a importância de novas formas de visibilidade, bem como a complexificação dessas visibilidades. Além de aumentarem o fluxo de conteúdo audiovisual pelas redes de comunicação, elas concedem a liberdade de criação e disseminação de conteúdos a um maior número de indivíduos. O que ele quer chamar a atenção com essa retrospectiva sobre a visibilidade via diferentes meios é que com o surgimento da imprensa escrita, logo se percebeu a impossibilidade de controlar a visibilidade permitida por tal mídia. Hoje, com a Internet e as tecnologias digitais tal controle tornou-se ainda mais difícil, talvez incontrolável.

Um exemplo de como a visibilidade merece atenção quando do estudo sobre a convergência midiática é o seu papel em sites de rede social. A visibilidade é um dos valores relacionados a esses sites, bem como a maneira com que os atores de uma rede a constroem e a mantêm³¹⁰. Variações estruturais em torno da visibilidade e do acesso são um dos métodos primários para diferenciar um site de rede social de outro, de acordo com Boyd e Ellison (2008). A própria ideia de site de rede social já traz intrínseca a visibilidade como elemento, pois, ainda que um usuário de uma rede como o Facebook, por exemplo, limite a visualização de conteúdos de seu perfil a um número restrito de usuários do sistema, somente o fato de esse indivíduo ter decidido fazer parte de um site de rede social já carrega consigo o desejo de visibilidade que ele possui quando cria um perfil.

Dentro de um site de rede social, a visibilidade assume o caráter de valor³¹¹, pois faz com que os nós, no caso os atores de uma rede, sejam mais visíveis. Assim, a visibilidade é responsável pela ampliação de outros valores dentro de uma rede, já que o indivíduo que possui mais conexões mais chances tem de acessar e/ou receber conteúdos que circulam dentro da rede, além de obter o que Recuero³¹²

chama de “suporte social quando solicitar”. Para ela, a visibilidade social é uma das grandes fontes de competição em sites de rede social, há competição entre usuários, que acontece a partir dos conteúdos publicados. Essa competição por visibilidade também é impactada pela diversidade de formatos, de modo que os aspectos técnicos do conceito de convergência midiática desempenham uma função determinante na constituição da visibilidade. A multimidialidade seria, nesse caso, também um fator ser analisado, no momento em que possibilitada pelo meio online, potencializaria, em determinados casos, a visibilidade.

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

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

A visibilidade é potencializada na era da digitalização ao ser impactada não apenas pela pluralidade de meios, tecnologias, suportes e formatos, mas também, e talvez principalmente, pela atuação dos consumidores de conteúdos midiáticos que maximizam a disseminação de tais conteúdos ao redistribuírem as

mensagens, ao assumirem a função de produtores de conteúdos não apenas em termos de criação, mas também pelo fato de ampliar sua visibilidade por ações e relações que estabelecem por meio da Internet, da web e das tecnologias digitais – hipertextualidade e interatividade reaparecem novamente ligadas com a visibilidade.

Assim, a visibilidade é buscada mediante diferentes formatos capazes de reproduzir e/ou veicular conteúdos midiáticos que antes circulavam por diferentes meios. Ainda que o caráter dessa constatação seja absolutamente tecnicista, ao se pensar na possibilidade de veiculação de diferentes formatos, há que se considerar, invariavelmente, a participação dos indivíduos, as interações entre eles em torno desses conteúdos. O nível social dessas práticas se reconfigura por essas interações e participações, de modo que uma nova cultura se estabelece a partir da adoção de novos comportamentos que ora buscam e ora proporcionam um status de visibilidade³¹³. Tornar um produto midiático visível hoje em dia é uma atividade que não se restringe a um único meio, aquele no qual ele é veiculado originalmente, mas uma atividade que requer, pode-se dizer, um planejamento detalhado, já que o conteúdo pode circular por outros meios, mediante outros suportes e até mesmo sob outros formatos.

A imagem³¹⁴ serve como exemplo para pensar um fluxo de esferas midiáticas pelas quais um conteúdo midiático pode circular. A primeira dessas esferas é a do próprio produto, decorrente do processo de produção. A segunda esfera remete aos derivados do produto midiático inicial, que são produzidos pela mesma fonte emissora do produto principal. Logo em seguida, na terceira esfera, circula uma produção que pode ou não decorrer da fonte emissora e que se trata de uma espécie de divulgação e/ou comentário acerca do produto midiático inicial. Na quarta esfera há uma espécie de produção por parte do público, iniciada a partir do produto midiático inicial e que faz parte da própria experiência de consumo.

ESFERAS MIDIÁTICAS

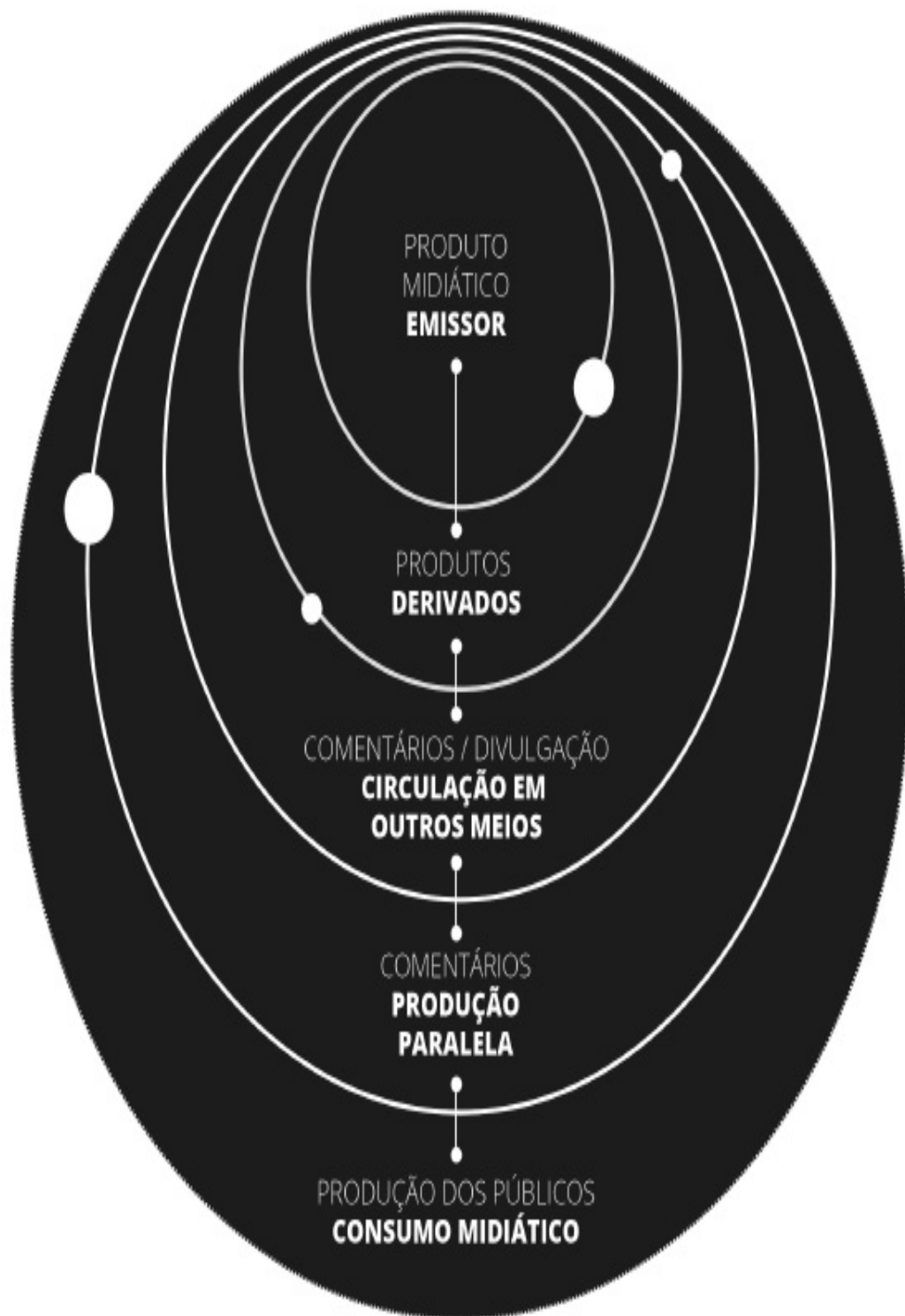


FIGURA 3 - ESFERAS

FONTE: A autora.

Aplicando esse modelo a uma série de ficção televisiva, teríamos, por exemplo: os episódios da série fazem parte da primeira esfera; um site sobre a série, camisetas e um material impresso sobre a série, produzidos pela emissora ou plataforma produtora fariam parte da segunda esfera; programas, revistas e site da emissora comentando a série e produzindo conteúdo extra com seus atores, bem como veículos de outras empresas de comunicação comentando e produzindo conteúdo em função da série seriam os elementos da terceira esfera; e, por fim, a quarta esfera seria composta pela produção de conteúdo efetuada pelo público sobre a série, como por exemplo blogs e comunidades dentro de sites de redes sociais.

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

A expressão autoria dialógica deriva da compreensão de um cenário midiático

em que a produção de um conteúdo está imbuída de diversas influências, presentes nas diferentes esferas desse modelo criado no intuito de se compreender melhor como um conteúdo é produzido e consumido. No exemplo da série de ficção, a produção dos episódios sofreria a influência dos consumidores, já que os produtores também circulam pelas diferentes esferas e, assim, visualizam a atividade realizada pelos receptores em outros canais e vias de informação a respeito do conteúdo dos episódios já veiculados. Em outras palavras, a multiplicidade de esferas revela que a relação entre produtores e consumidores de conteúdos midiáticos é estreitada e as trocas entre emissores e receptores se torna mais fluida em função do aumento da visibilidade dos conteúdos.

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

Características e transformações sobre a categoria da visibilidade compõem o quadro que ilustra como as referências citadas discutem o tema. Dependendo do objeto pelo qual se analisa a convergência midiática, outras argumentações podem compor esse quadro, mas é importante delimitar características com relação a cada meio e como o tempo gera transformações nas estratégias de constituição e ampliação de visibilidade.

■

Autores

Características

Transf

Bruno (2004)	Construída a partir do olhar do outro.	Potenc
Recuero (2006; 2009)	Como valor social; “Visibilidade social”.	O impa
Thompson (2008)	Sensorial - acompanhada de linguagens e mídias.	Visibil
Aquino (2010)	Caráter tecnossocial.	Visibil

■

QUADRO 8 - VISIBILIDADE

FONTE: A autora.

A categoria da visibilidade interfere no fluxo midiático estabelecido entre produtores e consumidores de conteúdos de forma que sua potencialização é colocada na mão de ambos. As diferentes estratégias adotadas na constituição e manutenção de visibilidade são adotadas com base em um conjunto de questões que variam de meio para meio, de público, para público, em função do formato, do dispositivo e até do contexto em que são definidas. A busca por visibilidade depende muito da tecnologia, que impulsiona o alcance dos conteúdos, mas a força das atividades humanas em torno dos conteúdos é certamente o que define a categoria como significativa para uma análise sobre convergência midiática.

Retomando então o exemplo já utilizado nas outras categorias, para o Mídia Ninja essa visibilidade é fundamental. É via compartilhamento de suas publicações, via seguidores em sites de redes sociais, que se fortalecem seus objetivos de cobertura independente e de construção de um processo de comunicação mais democrático. Não faria sentido, no caso do Mídia Ninja, a utilização das mídias sociais sem o intuito de geração de visibilidade. Além disso, replicação da informação nesses ambientes é algo intrínseco a suas práticas. A liberdade de criação e disseminação de conteúdos a um maior número de pessoas são decorrências que Thompson³¹⁵ relaciona ao desenvolvimento das mídias digitais para mostrar como é cada vez mais difícil controlar a visibilidade do que circula por meios de comunicação. Essa dificuldade de controle sobre a visibilidade de um conteúdo acaba sendo uma das principais aliadas da rotina de trabalho de indivíduos que trabalham pelo Mídia Ninja e que sem funcionalidades que ampliem essa visibilidade perderiam completamente o sentido no atual contexto de mobilizações organizadas em rede.

Assim, assumindo a visibilidade como um valor dentro de um site de rede social³¹⁶, ao atuar no Facebook por meio de uma fanpage, e não de um perfil, o

Mídia Ninja maximiza suas chances de ampliar a visibilidade dos conteúdos que publica em função do número de seguidores que reúne na página. Quanto mais curtidores a fanpage tiver, há mais chances de o conteúdo ser compartilhado. O mesmo ocorre com o perfil do coletivo no Twitter. Esse potencial de replicabilidade que as publicações do Mídia Ninja atingem nas redes sociais ilustra a existência da “autoria dialógica” em relação aos conteúdos. A multiplicidade de esferas midiáticas pelas quais circulam diferentes conteúdos revela que a relação entre produtores e consumidores é estreitada, e as trocas entre os diferentes atores sociais se torna mais fluida em função do aumento da visibilidade dos conteúdos. O aumento dessa visibilidade se dá pela proliferação de esferas pelas quais o conteúdo circula e é apropriado. Os indivíduos, além de consumirem as mensagens, constroem relações entre si, com os conteúdos e com os produtores dentro de um fluxo midiático que se estabelece por diversos meios, tecnologias e suportes e que, muitas vezes, mescla as funções de produção e recepção dos conteúdos que nele circulam.

Mobilizações em rede pressupõem geração e fortalecimento de visibilidade, para que se consolidem e conquistem, além de adeptos, a aceitação da opinião pública e, assim, atinjam seus objetivos. Ainda que em alguns casos a visibilidade de conteúdos possa ser objeto de monitoramento, com o intuito de enfraquecer e desconstruir determinados atos e manifestações – vide as tentativas de criminalização dos movimentos sociais –, é fato que a visibilidade da atuação de coletivos como o Mídia Ninja contribui para a legitimidade de lutas e a adesão de cidadãos às mobilizações organizadas em rede.

A visibilidade é uma categoria que compõe a noção de convergência midiática por estar fortemente ligada ao alcance que um conteúdo pode atingir por meio das dinâmicas sociais. A tecnologia propicia o aprimoramento de estratégias de circulação, que são aperfeiçoadas em práticas diárias, moldadas por significações e ressignificações dadas ao componente tecnológico via ação humana. A busca por visibilidade ganha um novo fôlego quando uma outra categoria entra em jogo pela sofisticação dos algoritmos de organização dos dados que circulam pelas redes digitais. É sobre a personalização que o próximo item aprofunda a discussão, como a última, e talvez hoje a mais discutida, categoria do conceito de convergência midiática.

Personalização

A personalização do conteúdo no meio digital teria começado com os blogs, inicialmente tratados como diários pessoais, mas que na web diferenciam-se dos diários de papel, em função da hipertextualidade, da atualização constante, a partir de qualquer lugar e a qualquer momento, com o uso da multimídia³¹⁷. No caso dos blogs, a personalização está diretamente relacionada com a autoria dos conteúdos postados, já que parte do emissor a característica da personalização do material que é disponibilizado na web. Pensando num nível mais abrangente, indo além dos blogs, a Internet trouxe como vantagem o recebimento e o acesso às informações personalizadas a partir dos interesses e preferências de cada indivíduo, pelas possibilidades de filtragem de conteúdos e de escolha de fontes. Lobato³¹⁸ usa esse argumento para chamar a atenção sobre o papel ativo que aquele indivíduo acostumado a apenas receber informação por diferentes meios de comunicação passa, com a Internet, a circular por uma vastidão de informações escolhendo e definindo as quais quer receber.

Nesse sentido, tomando o acesso ao conteúdo disponível pelas redes digitais como uma prática condicionada ao livre arbítrio do indivíduo que define os caminhos pelos quais circula no ciberespaço, a personalização é uma característica inerente ao meio online. O ato de acessar determinados conteúdos é em si um ato personalizado, na medida em que o indivíduo pode clicar nos links que ele mesmo escolhe, assim como também pode, em determinadas situações, criar esses links; pode baixar os aplicativos que mais lhe agrada, adequando o tipo de conteúdo que quer visualizar e consumir de acordo com seus gostos e interesses pessoais. Essa suposta liberdade de escolha é o que relaciona diretamente a personalização com a categoria da hipertextualidade e, conseqüentemente, com a da multimídia, tomando como possível a possibilidade de conexão de formatos midiáticos diversos.

Em se tratando de meios anteriores à Internet, a personalização era, inicialmente, mais limitada. Ia estabelecendo-se à medida que o meio, a tecnologia e os serviços oferecidos por meio dele iam evoluindo. O século XXI e o aperfeiçoamento da digitalização dos processos vai reconfigurar esses limites, ampliando algumas oportunidades de personalização, ainda que estabelecendo outras limitações. A televisão é um exemplo de como a personalização do conteúdo televisivo foi sofrendo transformações com o tempo de desenvolvimento tecnológico. De uma gama limitada de canais de televisão, chega-se a uma diversidade bem mais ampla, passando por canais de TV aberta, por assinatura, vídeos caseiros, DVDs, blu-ray, videogame, Internet, até chegar a um contexto no qual o entremeamento de formatos é inevitável, tornando-se, na verdade, um pressuposto para a sobrevivência do meio.

Dessa forma, a personalização do conteúdo no campo do audiovisual surge em função do desenvolvimento da tecnologia em si, como por exemplo a criação do controle remoto, até a proliferação das opções de produção e de consumo dos conteúdos midiáticos. Isso faz com que os produtores sintam cada vez mais a necessidade de personalizar os conteúdos televisivos na busca pela ampliação e pela fidelização das audiências, que, por sua vez, podem cada vez mais personalizar o que consomem a partir das diversas opções que lhes são oferecidas nos mais diversos meios e suportes, que também lhes permitem customizar a experiência de consumo a partir de diversas funcionalidades técnicas que oferecem. O mesmo exercício reflexivo pode ser realizado com outros meios, como o rádio.

No ambiente digital, a personalização foi ganhando força com serviços que possibilitaram a ocorrência de comportamentos mais individualizados. Esses serviços permitem que as pessoas tenham cada vez mais liberdade de escolha no momento do consumo dos conteúdos midiáticos: assinatura de newsletter; aplicativos que fornecem informações a partir de dados do usuário; o uso de hashtags para personalizar o recebimento de informações sobre um determinado assunto; a lista é extensa. Enquanto que no século XX o modelo de comunicação baseado na verticalidade era regido pela distribuição do mesmo conteúdo para um conjunto indefinido de pessoas, o século XXI vai sendo cada vez mais caracterizado por um modelo de comunicação regido pela circulação, feita por

atores que podem ser produtores e consumidores ao mesmo tempo, e que têm poderes para definir o que querem receber, o que chega em quem, quando e como essas informações circulam. É claro, no entanto, que essa liberdade não é total, nem mesmo absolutamente positiva. A maneira como essa personalização vem sendo gerenciada é discutível, como bem ilustra Pariser³¹⁹ ao abordar as diferentes formas pelas quais algoritmos funcionam, instaurando o que ele chama de filtros de personalização, e assim moldando o que chega e o que não chega para usuários de diferentes sites e plataformas pelos quais circulam as informações do meio online.

A crescente demanda por conteúdo personalizado provoca um maior esforço por parte de produtores de conteúdo que precisam, além de atender a públicos que consomem por meio de diferentes suportes e dispositivos, trabalhar o formato desses conteúdos, adequando a linguagem aos canais e públicos específicos e adotar estratégias eficazes para que a circulação desses conteúdos garanta uma entrega personalizada. Tecnicamente, novos serviços vão sendo incorporados, provocando modificações sociais, à medida que novas práticas se estabelecem para produtores e consumidores, que precisam reformular velhos hábitos em torno de meios anteriores à digitalização que passam então a convergir com o ambiente das redes digitais.

Diversas tecnologias podem servir de exemplo sobre alterações que exercem impacto no comportamento dos consumidores de conteúdos midiático, já que, quanto mais possibilidades de circulação, mais liberdade para navegar por essa diversidade é possível, o que conecta a categoria da personalização com a da hipertextualidade. Além disso, é necessário considerar que ocorrem alterações de níveis social e cultural à medida que os indivíduos assumem novos papéis diante desse consumo midiático, ao mudarem suas formas de comportamento pela maneira como moldam seus hábitos de uso de diferentes mídias, assim como também influenciam nos níveis de audiência ao terem um papel mais decisivo na escolha do que irão consumir em face do aumento das opções.

Economia afetiva é uma expressão que Jenkins³²⁰ utiliza para entender os

fundamentos emocionais envolvidos na tomada de decisão do consumidor como algo que move decisões de audiência e compra. É um argumento útil para pensar como o comportamento das pessoas diante de conteúdos midiáticos vem sofrendo mudanças ao longo dos anos e do desenvolvimento das tecnologias de comunicação. Essa ideia de economia afetiva está relacionada com o comportamento de comunidades de fãs e de seu envolvimento com programas de televisão. Para ele, esses fãs são capazes de exercer uma influência maior sobre as decisões de programação num contexto de economia afetiva, e é nesse sentido que se pode falar em personalização no âmbito da convergência midiática e dos aspectos sociais e culturais que estão envolvidos quando se fala sobre ela como categoria embutida no conceito.

De tempos em tempos, as redes priorizam certos segmentos do público, e o resultado é uma mudança nas estratégias para refletir mais completamente esses gostos [...]. Os fãs têm visto no ar mais programas que refletem seus gostos e interesses; os programas estão sendo planejados para maximizar elementos que exercem atração sobre os fãs; e esses programas tendem a permanecer por mais tempo no ar, pois, em casos extremos, têm mais chance de serem renovados³²¹.

O que se constata nessa conjuntura de múltiplas opções é que o conteúdo pode ser cada vez mais personalizado não só em função da variedade de suportes pelos quais os produtos midiáticos podem circular, mas também pela capacidade de intervenção adquirida pelos indivíduos, destacando-se assim as alterações sociais e culturais decorrentes desse desenvolvimento. Essa capacidade de intervenção nem sempre é voluntária, mediante uma funcionalidade técnica de um determinado dispositivo tecnológico, mas muito em parte pelas conversações por meio de diversos espaços online e que são monitoradas, manual ou automaticamente. Nesse sentido, a participação e a interatividade, no nível social, reconfiguram práticas que possibilitam essa personalização do conteúdo e, no nível cultural, são novos hábitos que se constituem em torno de formas de produção e de consumo mais individualizadas, livres de conjuntos limitados de opções. Os comportamentos adquiridos e praticados hoje em diferentes plataformas e suportes são percebidos e incorporados em processos de produção, de forma que não se trata apenas de impacto técnico na implementação de formas de personalização. São considerados também, e com semelhante

importância, os elementos sociais e culturais, que compõem os processos de consumo desses conteúdos que passam então a influenciar nos processos produtivos, num movimento circular, no qual atuam produtores e consumidores.

A economia afetiva na qual Jenkins se apoia para pensar a cultura da convergência mediante o comportamento dos fãs conversa diretamente com a fala de Anderson³²², quando ele explora a ideia da cauda longa³²³ para pensar a formação de um novo tipo de economia via Internet, um novo modelo econômico para as indústrias de mídia e entretenimento que vem ganhando força e relevância. Com base na abundância da oferta, a ideia da cauda longa se conecta aqui com a categoria da personalização em função da quantidade: teoricamente, quanto mais opções, maior é a chance de personalização de conteúdo. Um modelo baseado na ideia da cauda longa está estruturado em uma ampla oferta de serviços, dos mais variados tipos, que oferecem diversos tipos de conteúdos midiáticos, de modo que os consumidores é que detêm o poder de escolher, dentre uma gama irrestrita de opções, o que querem consumir. É o que frequentemente se ouve falar sobre a Internet ampliar a visibilidade, ou facilitar o acesso, a produtos de nicho, conteúdos pouco consumidos, que não são os hits promovidos por um modelo econômico baseado na distribuição para um número grande e indefinido de pessoas.

Sobre essa cultura de hits, Anderson³²⁴ acredita que a economia decorrente do entretenimento digital é totalmente diferente da economia que caracteriza o mercado de massa. Em muitos casos não é, mas para ele, enquanto a indústria do entretenimento no século XX era baseada em hits, no século XXI essa indústria será, ou já é, concentrada em nichos. Enquanto que na economia baseada em hits não era possível que tudo fosse ofertado a todos, em uma economia baseada em nichos a abundância e a variedade de opção aumenta a liberdade de escolha para o consumo. O que ele não chama a atenção é que essa possibilidade de abundância não garante uma transformação total nesse consumo. Hits ainda definem uma economia do entretenimento, nas redes ou fora delas, ainda que fora do ambiente digital a ocorrência de um hit seja bem mais difícil. Percebe-se, na verdade, uma força que parte das redes e que impulsiona a geração de grandes sucessos, o fortalecimento de conteúdos, marcas, personalidades que na concepção do autor podem ser tidas como hits. Assim como Jenkins chama a

atenção para o fato de que um meio não morre em função de outro, um modelo de comunicação não desaparece imediatamente, por completo, para dar lugar a outro. O mesmo ocorre com essa economia midiática, que se reconfigura, de fato, com a Internet e a digitalização de processos e objetos, mas ainda é fortemente regida por lógicas de massa, herdadas de um modelo anterior, mas que ainda sobrevive.

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

A circulação de conteúdo audiovisual pode exemplificar a personalização como categoria da convergência midiática. Diante da variedade de fontes de conteúdo online, desde o YouTube até outras plataformas menos populares e o já popularizado Netflix, as tentativas de encontrar um modelo de entrega que enriqueça essa experiência de personalização são inúmeras. É ampla a variedade de estratégias que combinam canais de televisão com sites e plataformas que disponibilizam a programação. Um dos fatores destacados por Pavlik e McIntosh³²⁵ nesse contexto é a mudança de tempo, decorrente das possibilidades oriundas de dispositivos que permitem a gravação dos conteúdos televisivos ou o acesso a conteúdos a qualquer momento. A personalização do tempo do consumo é possibilitada pela relação entre diferentes meios. Emissoras de televisão, provedoras de televisão por assinatura, canais de televisão e plataformas independentes reconfiguram todo um conjunto de processos de produção e consumo que fornece ao consumidor uma multiplicidade de vias de

acesso aos conteúdos.

Menos popular no Brasil do que o Netflix, o TiVo, um gravador pessoal digital de TV, já era apontado por Johnson (2003)³²⁶ como o máximo da personalização, pois o funcionamento do TiVo propõe o descarte dos programadores das emissoras de televisão fazendo com que os telespectadores sejam os próprios criadores de seus horários nobres. O que faz o TiVo diferente de serviços de televisão a cabo, ou até mesmo do que é oferecido por meio da televisão aberta, por exemplo, são as melhorias no acesso instantâneo e na navegação; no entanto ainda trata-se apenas de transferência de controle, já que, em vez de os programadores das emissoras controlarem o que os indivíduos irão assistir, estes é que decidem a grade de programação, e assim, nesse sentido, é que se pode pensar em termos de personalização de conteúdo que a ferramenta proporciona.

Sistemas como o TiVo, Netflix, sites de vídeo sob demanda, plataformas como o Spotify, entre diversos outros exemplos, vão sendo aperfeiçoados com o enriquecimento de seus modos de funcionamento e na conexão de seus usuários por meio de redes digitais. O cadastro em muitos desses sistemas está atrelado às contas dos usuários em sites de redes sociais, para que assim o mapeamento dos gostos seja feito com mais precisão e o conjunto de conteúdos oferecidos seja cada vez mais personalizado. Esses filtros de auto-organização se aproximam da terceira força da cauda longa³²⁷, que consiste na exploração da sabedoria coletiva dos consumidores e que, dessa forma, acaba se relacionando diretamente com a ideia de economia afetiva. Grades de programação no TiVo, recomendações no Netflix e playlists no Spotify, por exemplo, são os produtos dessa sabedoria coletiva, a força motriz da economia afetiva, resultado do intercâmbio de preferências entre os consumidores que, por vezes involuntariamente, contribuem para a personalização da circulação dos conteúdos midiáticos.

As formas de consumo, criação e circulação de conteúdos midiáticos passam por um processo de reconfiguração que Pavlik e McIntosh³²⁸ atribuem a alterações no comportamento da audiência, que se torna mais ativa, num contexto que eles vão chamar de convergência cultural. Esse contexto é constituído pela

permanência dos meios de comunicação de massa, de forma que conteúdos e mensagens midiáticas continuam a ser produzidos para as audiências de massa, ainda que tais conteúdos e mensagens possam ser adaptados para cada indivíduo, seguindo assim um esquema de personalização. É possível, ainda assim, que comunicações consideradas interpessoais, como por exemplo um e-mail, possam ser disseminados por diversas redes da mesma forma que uma mensagem pelos meios de comunicação de massa, para várias pessoas, fazendo com que, desse jeito, a linha entre a comunicação interpessoal e a comunicação de massa se torne tênue. A maneira como são montadas playlists no Spotify é, de certa forma, resultado de uma organização estritamente pessoal. No momento em que pode ser compartilhada com outros usuários da plataforma, torna-se interpessoal, podendo ser visualizada e até mesmo alterada por outros indivíduos. Nesse sentido é que tem ocorrido um processo de interconexão entre a comunicação de massa e a comunicação interpessoal mediada, de modo que um processo vem adotando características do outro e vice-versa.

A personalização é, assim, uma categoria da convergência que vem ganhando cada vez mais atenção diante da evolução dos algoritmos e dos filtros de personalização, e Pariser³²⁹ provoca a discussão sobre o assunto com maestria, levantando questões relacionadas ao campo da comunicação que se tornam cada vez mais imprescindíveis de serem observadas. No caso do jornalismo, por exemplo, Saad Correa e Bertochi³³⁰ reúnem uma série de questionamentos para pensar o papel do jornalista como algoritmo curador no processo de produção e circulação de notícias num cenário cada vez mais impactado pela ação de sistemas automatizados de produção de conteúdo. É um exemplo que permite adotar o modelo de análise para pensar como a personalização sofre transformações como característica do meio digital. O essencial é, diante da trajetória evolutiva dessa categoria, perceber como algo tão exaltado em determinados casos e situações pode acabar sendo tão perverso para outros.³³¹

No quadro a seguir, abordagens e transformações ilustram a categoria da personalização como componente do conceito de convergência.

■

Atores	Abordagens
Lemos (2002)	Desejo de expressão pessoal e conexão/personalização
Johnson (2003)	Individualização de consumo.
Anderson (2006)	Cauda Longa – quanto mais opções, mais possibilidades
Lobato (2007)	Acesso e recebimento de informações de acordo com
Jenkins (2008)	Tecnologias e serviços que permitem individualizar o
Pavlik e McIntosh (2011)	Mudanças na produção, circulação e consumo do áudio
Pariser (2012)	Fortalecimento dos algoritmos.

■ QUADRO 9 - PERSONALIZAÇÃO

FONTE: A autora.

As relações entre diferentes meios permitem que se explore ainda mais as variáveis de personalização, a partir da pluralidade de suportes e de opções de serviços, e também do comportamento de produtores e consumidores. No caso do Mídia Ninja, os usos que fazem de sites de redes sociais, como o Twitter e o Facebook, abrem oportunidades aos seguidores de personalizarem o recebimento de seus conteúdos. Tanto no Twitter quanto no Facebook o indivíduo que possui uma conta nessas redes sociais escolhe quem seguir, de quem acompanhar as publicações e, assim, consequentemente, de quem compartilhar conteúdo. O Medium, por exemplo, é uma plataforma que personaliza a entrega dos conteúdos por meio desse acompanhamento que o usuário monta ao seguir hashtags, publicações e perfis. O coletivo, nesse caso, pode etiquetar as histórias que publica na plataforma com palavras que identifiquem os conteúdos na tentativa de direcionar essa entrega aos seguidores que lhe interessa atrair. No Twitter e no Facebook as hashtags também servem para a ocorrência da personalização, ainda que no Facebook a ação dos filtros do algoritmo impeça a fluidez do processo. Esse algoritmo obedece a uma racionalidade matemática que filtra publicações, mostrando ao usuário apenas conteúdos que convergem com seus posicionamentos previamente explícitos em publicações em sua timeline e compartilhamentos anteriores. Assim, mesmo que o indivíduo tenha a opção de personalizar o conteúdo que aparecerá em seu feed no site de rede social, corre o risco de receber determinados conteúdos e não outros, que seriam úteis para gerar questionamento, para que a pessoa visualizasse opiniões contrárias às suas.

Não é exclusividade do Mídia Ninja, mas ponto em comum de coletivos, o argumento de que o acesso aos dispositivos e plataformas digitais liberta os indivíduos de amarras impostas por meios de comunicação de massa. A diversidade de conteúdo disponível online faria com que qualquer indivíduo com acesso pudesse escolher as informações e conteúdos a receber, mas outros fatores condicionam tais escolhas, como o próprio conhecimento sobre o

funcionamento das ferramentas, além de fatores como princípios e valores pessoais que podem influenciar nas escolhas feitas pela rede.

A personalização não anula um modelo de comunicação em detrimento do outro, apenas pelo fato de que com o desenvolvimento das redes digitais e com o fortalecimento da mídia independente por meio dessas redes os indivíduos têm sua gama de opções de consumo de conteúdos midiáticos ampliada. Na verdade, a possibilidade de personalizar um conteúdo estimula a busca por fontes diversas e amplia as possibilidades de enfrentamento de opiniões, enriquecendo debates e, no caso das mobilizações em rede, contribuindo para organização de movimentos e grupos engajados em diversas lutas.

A interdependência entre as categorias analíticas da convergência midiática

Reunir as referências em quadros e resumir as abordagens que guiam as considerações é uma estratégia que auxilia na identificação de transformações nos níveis técnico, social e cultural em cada uma dessas categorias, assim como a interdependência entre elas. Embora não apareçam explicitadas, essas questões são fundamentais para a completude da investigação sobre convergência nos termos previstos pelo modelo de análise. Assim, nasce a necessidade de confecção de mais um quadro, em que atua um esquema visual, ao agregar as transformações que são reveladas em cada categoria. Esse último quadro serve para que se perceba e se compreenda as interdependências entre as categorias do modelo de análise.

■

INTERATIVIDADE

Nível Técnico

Dos indivíduos com os dispositivos e conteúdos. Papel da interface e da material

HIPERTEXTUALIDADE

Nível Técnico

Acesso do indivíduo ao conteúdo por meio da não linearidade e multimidialidade

MULTIMIDIALIDADE

Nível Técnico

Junção de mídias em espaço ou ambiente único. Alteração dos processos de produção

ARMAZENAMENTO (MEMÓRIA)

Nível Técnico

Armazenamento em diferentes suportes. Memória digital organizada via links e hipertextos

MOBILIDADE

Nível Técnico

Possibilidades de acesso em deslocamento. Fluxo de conteúdos e narrativas híbridas

VISIBILIDADE

Nível Técnico

A potencialização pela hipertextualidade e pela multimidialidade. A materialidade da informação

PERSONALIZAÇÃO

Nível Técnico

Dependência de tecnologias e serviços. A potencialização pela hipertextualidade e pela multimidialidade

■

QUADRO 10 - CATEGORIAS DE ANÁLISE DA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

FONTE: A autora.

É possível ainda, para qualificar essa visualização de inferências, a construção de um organograma entre as categorias. Esse organograma auxilia no entendimento sobre como as categorias e subcategorias se interligam umas às outras.

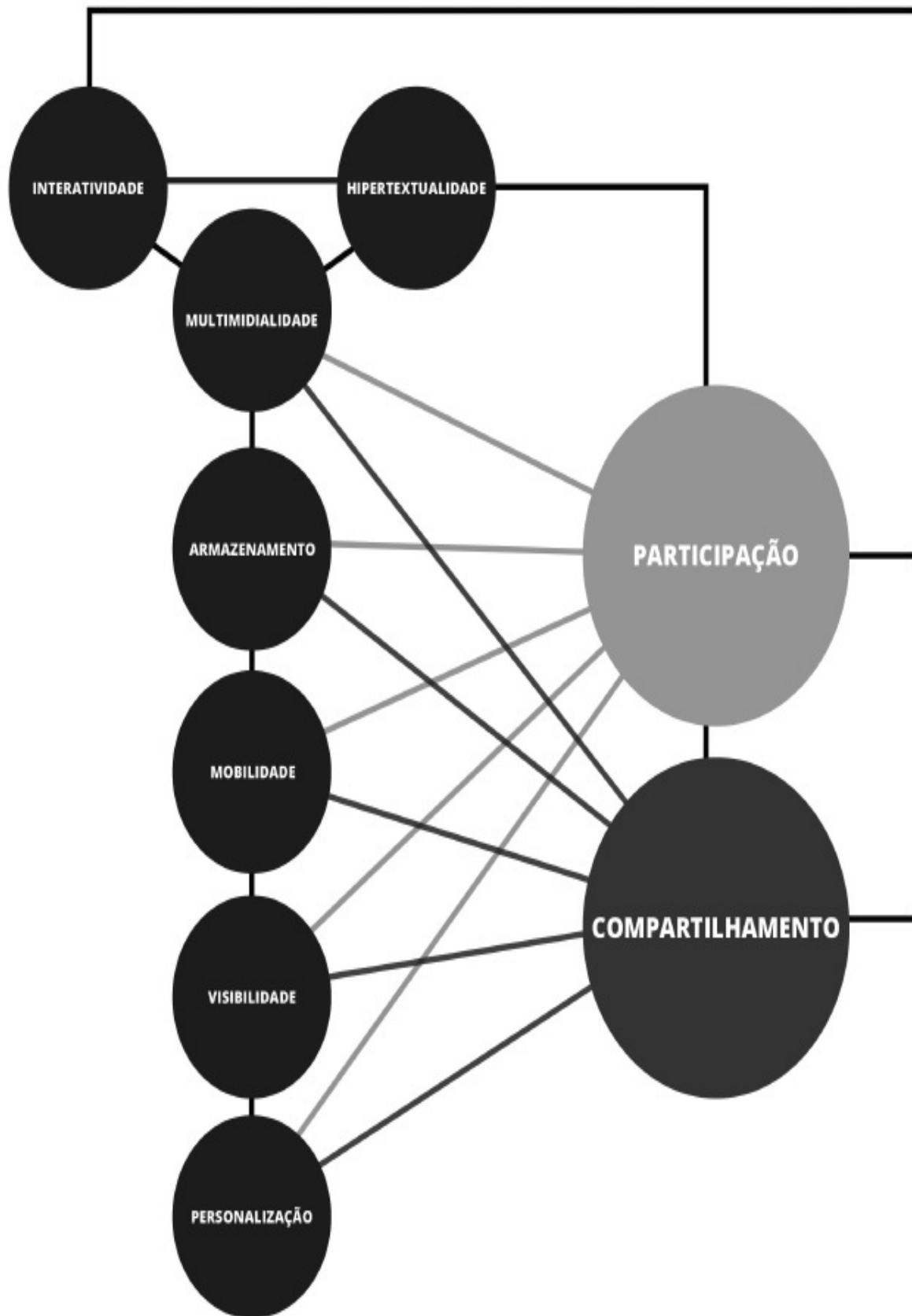


FIGURA 4 - ORGANOGRAMA DA INTERDEPENDÊNCIA ENTRE AS CATEGORIAS DE ANÁLISE DA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

FONTE: A autora.

Como componentes do conceito de convergência, as sete categorias abordam características que estão presentes em diferentes mídias, certamente que de maneira diferenciada. Analisar essas categorias pelas relações entre diferentes meios de comunicação é um movimento de pesquisa que requer uma preparação conceitual que pressupõe a construção de um esclarecimento prévio sobre as características de cada meio. Tomando esse pressuposto como ponto de partida de um estudo, é sobre as transformações que se deve buscar conhecimento mediante aplicação desse modelo.

A interdependência entre as categorias do processo de convergência não impede que se estude uma única abordagem, como por exemplo a questão da visibilidade³³², ainda que o foco principal, nesse tipo de caso, não venha a residir essencialmente na convergência, mas na categoria em si. Isso porque a complexidade do processo não se esgota em um ou dois aspectos, mas em um conjunto de transformações que pressupõe a análise de pontos que perpassam os três níveis aqui estudados.

A convergência, como se pode concluir por meio de seu estudo conceitual, não se configura somente via transposição de conteúdos de um meio para o outro. É preciso assimilar os fatores que determinam como essa convergência vai além da mera transposição de conteúdo, envolvendo aspectos técnicos, sociais e culturais, nos processos de produção, circulação e consumo. Essas categorias são capazes de compor um esquema de análise que permite observar e captar a complexidade de um fenômeno que contém elementos igualmente complexos e abrangentes. A estratificação em categorias de análise é feita justamente para auxiliar na elaboração de recortes de análise em pesquisas sobre o tema.

Cada categoria, quando averiguada com relação a um determinado meio, apresenta particularidades, mas quando examinada em processo de convergência sofre alterações em função das relações midiáticas. A convergência provoca mudanças nas categorias, que, enquanto pensadas genericamente, apresentam particularidades e características que são impactadas pelas propriedades específicas de cada meio.

Ao se observar o conjunto das categorias, é nítida a relação entre interatividade e hipertextualidade, principalmente pela necessidade que os indivíduos possuem de interagir com os conteúdos midiáticos que circulam por diferentes espaços. Isso pressupõe uma atividade hipertextual que implica a interação do consumidor com o conteúdo e também, em alguns momentos, com outros indivíduos até mesmo, e em alguns casos em contextos de participação e/ou compartilhamento. É justamente por essa funcionalidade de interligar conteúdos e indivíduos que a interatividade proporciona que, juntamente com a hipertextualidade, são categorias funcionam como base do conjunto que formam as componentes do conceito de convergência.

É pelas possibilidades de navegação, conexão e de interação que se pode perpassar por conteúdos multimidiáticos, armazenados em diferentes espaços e/ou dispositivos, sejam eles móveis ou não – e assim a interatividade e a hipertextualidade perpassam a multimedialidade, o armazenamento e a mobilidade. Da mesma forma, a hipertextualidade e a interatividade também potencializam a visibilidade, que mantém uma relação estreita com a categoria do armazenamento, já que as formas de registro e recuperação interferem diretamente no aumento ou na diminuição da visibilidade dos conteúdos e dos indivíduos que produzem e consomem os produtos que circulam pelas redes. O armazenamento desses produtos, muitas vezes multimidiáticos, depende fortemente da hipertextualidade, que dinamiza a constituição do que se chamou aqui de memória digital. Registrar e recuperar qualquer tipo de mídia no âmbito da convergência requer atividades hipertextuais, além da interação com o conteúdo, com mecanismos de pesquisa e busca e, em determinados casos, com outros indivíduos para a recuperação de alguns conteúdos. Nesse sentido, a

personalização cresce em termos de importância, ao ganhar fôlego tecnicamente, ao mesmo tempo em que é transformada a partir do envolvimento dos indivíduos em processos que incorporam o aparato tecnológico em processos de produção e circulação, principalmente no que concerne à categoria da visibilidade.

A interdependência entre as categorias é muito forte e vai desenrolando-se à medida que os indivíduos vão produzindo e consumindo conteúdo em diferentes meios e fazendo esses conteúdos convergirem a partir da força das redes digitais, ao mesmo tempo em que estabelecem relações sociais em torno desses conteúdos, o que provoca impactos culturais em torno desses processos comunicacionais.

A mobilidade e a multimídia se aproximam cada vez mais devido ao desenvolvimento de novos dispositivos que comportam a veiculação de mídias diversas. As possibilidades se ampliam por meio da interatividade entre as pessoas e dessas com os conteúdos mediante os suportes e pelas opções de navegação e personalização de conteúdo que podem ser realizadas com o uso desses dispositivos. O armazenamento também sofre alterações em função da mobilidade, o que torna ainda mais expressiva a forma pela qual as categorias se interligam umas com as outras, transformando-se mutuamente em função de suas características particulares. A navegação pelos conteúdos espalhados e dinamizados pelo espaço urbano de forma constante por esses dispositivos sofre modificações pela mobilidade, que insere novos formatos de hipertextualidade através de telas que permitem não apenas o toque (touchscreen), mas a realização desse em movimento, de modo que a movimentação dessa rede hipertextual é cada vez mais acelerada.

A capacidade adquirida pelos indivíduos de interagir e circular pela diversidade de conteúdos cresceu junto com o aumento das formas de participação e compartilhamento, de modo que a visibilidade e a personalização sofreram alterações ao longo do desenvolvimento das tecnologias digitais de comunicação e hoje são categorias fundamentais na constituição do fenômeno da convergência. É significativa a intensidade com que essas categorias são

impactadas pelas outras dadas as funções interativas e hipertextuais, pelas opções multimidiáticas, pelas diversas formas de armazenamento e pela mobilidade disponibilizada pelos aparelhos atuais.

Recuperando o exemplo do Mídia Ninja, pode-se refazer o conjunto das categorias analíticas para pensar a interdependência entre elas. Diretamente ligada à interatividade, a hipertextualidade agrega os nós da rede de publicações oriundas das interações em torno dos conteúdos veiculados e compartilhados pelo coletivo e seus seguidores. A multimidialidade se encontra em meio a essas categorias, como uma funcionalidade intrínseca ao ambiente digital e que é movida pelas atividades interativas e hipertextuais dos indivíduos que fazem parte da rede. A interdependência entre as categorias é identificada nas práticas que resultam no espalhamento dos conteúdos e que implementam a convergência na configuração de um modelo híbrido de circulação, que se perfaz em coexistência com um modelo de distribuição, mas que ainda carrega algumas marcas das práticas de massa. A convergência auxilia na ampliação de fluxos informacionais, porém é preciso considerar variáveis sociais, políticas, econômicas e culturais que interferem na adoção e na incorporação cotidiana de atividades comunicacionais baseadas na colaboração e no engajamento; por vezes acelerando, por vezes retardando o fortalecimento desse modelo híbrido de circulação. O Mídia Ninja tem atuado a partir de tais princípios e utilizado as tecnologias e ferramentas digitais como instrumento político, na constituição de uma cobertura focada na narrativa das ruas como forma de instituir práticas mais democráticas de comunicação. No contexto das mobilizações sociais em rede, sua contribuição é significativa para a constituição de um modelo de comunicação calcado na convergência e no espalhamento como elementos constituintes de novas formas de produção, circulação e consumo de conteúdos. No entanto, o coletivo ainda carece de visibilidade suficiente, diante da representatividade de veículos de massa, para que suas estratégias comunicacionais contribuam para a consolidação desse modelo de comunicação que se pretende distinto daquele instituído com base na unilateralidade e que seja orientado por ideias de transformação social e política. Seguir o caminho nessa direção indica que potencialidades da Internet, como a interatividade, ainda precisam ser mais e mais bem exploradas para o fortalecimento desse modelo ainda em desenvolvimento.

A efervescência de movimentos e ações coletivas, impulsionados pelas atividades comunicacionais que se concentram nas redes digitais nos últimos anos, levanta uma série de questionamentos sobre a configuração de um modelo de comunicação baseado na colaboração, na participação e no compartilhamento, e no qual não se encaixam processos comunicacionais fundamentados na mera distribuição de conteúdos. Intrínseca à investigação sobre a comunicação a respeito de mobilizações sociais em rede é a reflexão sobre a convergência midiática, e os apontamentos realizados sobre as categorias do fenômeno, observadas nas práticas comunicacionais estabelecidas pelo coletivo, demonstram a amplitude e a complexidade de um quadro de apropriações midiáticas em constante constituição e transformação. Muito mais do que conclusões, chega-se a outros questionamentos e aportes teóricos pelos quais se pode dar continuidade ao estudo da convergência no campo dos movimentos em rede.

A interdependência entre as categorias é evidente, porém definir os níveis dessa interdependência é uma tarefa que requer, para que possa ser feita de forma completamente efetiva, a presença de um objeto de análise por meio do qual uma observação sobre como cada uma se relaciona com a outra possa ser empreendida. É evidente também que esses níveis de interdependência variam em função do objeto analisado, já que suas particularidades influenciam de forma diversa em cada categoria. Trata-se assim de um modelo de análise baseado em categorias analíticas, cuja interdependência é exposta aqui de forma genérica, sem se voltar para nenhum tipo de produto em específico, tecendo-se assim considerações gerais acerca dessas interligações. O fato é que todas as categorias são interconectadas. O grau dessa interconexão é que irá variar de acordo com o objeto em análise.

APONTAMENTOS FINAIS

As inquietações que motivaram a produção deste livro ainda se manifestam a cada leitura que revela uma abordagem essencialmente tecnicista sobre a convergência midiática. Seja por um vício adquirido ao longo do tempo despendido para condução desse processo investigativo, seja pela convicção assumida de que o processo de convergência pressupõe um envolvimento que vai além do mero emprego de ferramentas e dispositivos técnicos diversos, ou resultado do vasculhamento feito nas mais diferenciadas falas consultadas para a elaboração da pesquisa que levou a construção desse modelo de análise, o fato é que, diante das transformações apontadas nos níveis técnico, social e cultural, ainda é preocupante como a adoção de um entendimento que privilegia o componente técnico do fenômeno ainda se faz presente em muitos estudos no campo da comunicação. Este livro é uma contribuição para a tentativa de reverter essa conjuntura, sem, no entanto, desqualificar ou menosprezar observações e apontamentos sobre o peso que as questões técnicas imprimem aos processos de convergência. Estes capítulos buscaram apresentar uma maneira de construir um instrumento que permita a realização de análises que sejam guiadas pelo equilíbrio entre as minúcias da convergência, sempre considerando os vieses social e cultural, e sempre tomando como guias de orientação as particularidades técnicas de cada caso a ser estudado em profundidade.

O primeiro capítulo tratou de recuperar as primeiras discussões sobre convergência no âmbito da comunicação, sem dar conta de outros campos que também se utilizam do conceito para estruturar suas conjunturas teóricas-epistemológicas. Para a comunicação, a convergência constitui as fundações de um contexto que se fortalece com a digitalização e conduz aspectos não só técnicos, sociais e culturais, como discutido neste livro, mas políticos e econômicos. Convergência, assim como globalização, por exemplo, é uma palavra que faz parte de um imaginário coletivo mundial, e que afeta a contemporaneidade da sociedade humana como um todo. De forma alguma este livro teve a ambição de discutir o fenômeno em tamanha amplitude. O objetivo aqui foi ficar apenas na relação que a convergência estabelece com a

comunicação. E vice-versa. E, mesmo nessa tentativa de recortar um pedaço dessa amplitude para poder observar e ter argumentos com mais propriedade, ainda assim é difícil dar por encerrada a tarefa proposta de início.

Traçar apontamentos finais sobre um estudo que não se encerra apenas nestas páginas é tarefa complicada. A permanência do tema é redimensionada com o passar do tempo, à medida que as competências técnicas surgem e são apropriadas em dinâmicas sociais e culturais por meio das redes digitais. Quando iniciado, esse projeto não almejava definir um método de esquadramento sobre a convergência midiática, mas a incursão sobre o montante de indícios, inferências, argumentos e construções teóricas sobre o tema abriram uma oportunidade de repensar a pesquisa em comunicação sobre convergência em termos teórico e metodológico. Os achados alcançados com o levantamento bibliográfico realizado mediante o movimento teórico-epistemológico e com a proposta de categorização analítica construída abrem possibilidades de pesquisa não só de caráter teórico, mas também empírico e metodológico, de modo que as oportunidades de trabalho se abrem e se ampliam a cada ano, considerando o protagonismo que as redes digitais assumem nas sociedades. Encerra-se o livro com a certeza de que no momento de sua publicação novas oportunidades de ajustes poderão ser realizadas em função de novos dispositivos, novas plataformas, novas práticas, novos usos, novas interações e novos comportamentos. As apropriações, como se pode visualizar nos exemplos listados ao longo dos capítulos, são o que redefinem, reconfiguram, redimensionam, transformam e modificam as formas pelas quais a convergência acontece, ano após ano. É nisso que reside o argumento que sustenta este livro. É na apropriação que os níveis social e cultural ganham força e representatividade diante do nível técnico. Captar a convergência como um processo do campo da comunicação é alcançar suas porções que são compostas por fragmentos que provêm de origens diversas. Essa diversidade não deve fragmentar-se, ser observada de forma incompleta. Captar a convergência é compreender sua abrangência, indo além do componente tecnológico, garantindo espaço para a performance humana no fenômeno.

O segundo capítulo, partindo de um campo diverso, ainda que próximo da comunicação, fornece um conjunto de definições que destaca a ênfase na

tecnologia. Foi uma forma de enaltecer a crítica que fundou as bases do trabalho de pesquisa. O movimento teórico-epistemológico mostrou que o conceito de convergência não é um produto novo que decorreu exclusivamente da digitalização dos processos de produção, circulação e consumo. É um processo que de certa forma é intrínseco ao processo comunicacional, porém fortemente potencializado pelo desenvolvimento das redes digitais e dos hábitos e comportamentos das pessoas que movimentam essas redes. E assim as categorias analíticas acabaram sendo um caminho mais esclarecedor e didático para estruturar um mecanismo de pensamento sobre o conceito.

A interatividade, com suas subcategorias de participação e compartilhamento, aliada à categoria da hipertextualidade, confirma o quanto a atividade das pessoas pelas redes digitais é hoje pontual na constituição do fenômeno entre meios, de modo que servem de base para a interdependência entre as outras categorias que constituem o processo como um todo. Essas categorias, ao atuarem como base da proposta de categorização analítica, mostram também o significado da atuação dos indivíduos na constituição do processo de convergência, o que contribui para a superação do caráter tecnicista do conceito e reforça os âmbitos social e cultural. Foi possível observar que a influência dos comportamentos e hábitos sociais e culturais nas apropriações das técnicas de produção e circulação de conteúdos midiáticos é o que aciona e movimenta a constituição e a dinâmica da convergência. Reduzir o entendimento a um agrupamento de funcionalidades ou linguagens é reducionista e parco; é deixar de lado um conjunto de interrogações, tópicos e demandas que precisam ser apurados e destrinchados.

Logo na introdução deste livro, o exemplo do primeiro episódio da série Black Mirror (2011) já fornece as questões centrais que delineiam a contemplação sobre o tema da convergência midiática, quando se coloca em evidência a força da atividade humana na circulação de um acontecimento pelas redes digitais. O exemplo é próximo à diversas situações cotidianas que acontecem diariamente em sites de redes sociais, plataformas, aplicativos e outros espaços online nos quais as relações humanas acontecem em torno de conteúdos midiáticos. O que o episódio adiciona ao que parece trivial são as gradações desse comum, que tem suas dimensões aumentadas pelos comportamentos que delineiam a circulação

das informações. É evidente que não se trata apenas de técnicas de armazenamento e visibilidade que modificam a publicação e a apreensão de um conteúdo. É a interdependência entre o conjunto de categorias, que possibilitam a convergência midiática, o que permite a ampliação da visibilidade do que circula impulsionado por práticas diretamente impactadas pelas transformações decorrentes de um novo momento da comunicação.

A percepção sobre as modulações e variantes de um panorama midiático em que a convergência rege os processos comunicacionais não é instantânea e requer, como se pode absorver nas leituras dos capítulos, um esforço que tem início mediante um exercício exploratório pela história do conceito. Para observar como as práticas de comunicação mudam ao longo do tempo lançou-se mão de exemplos cotidianos, em muitos casos para se observar como um meio de comunicação originalmente analógico vem interagindo com um meio digital. Isso pela premissa que se adota desde o início de que a convergência é algo que vai além da digitalização. As possibilidades de comunicação por processos bidirecionais em função de tecnologias e serviços que surgem a partir da convergência entre meios, bem como a atividade desempenhada pelos indivíduos em diferentes espaços por meio do uso e da apropriação de diversos dispositivos e ferramentas, configura esse critério adotado por alguns para pautar a evolução tecnológica dos meios e suas interconexões que se acentuam com o passar dos anos.

Essa aproximação entre meios pode, entretanto, ser examinada pela problematização de um movimento de potencialização ocasionado pela força que adquirem as redes digitais, ao impulsionarem práticas anteriormente existentes, visto que a reunião de elementos e linguagens midiáticas não é algo essencialmente novo. Há também, nesse sentido, transformações comportamentais identificadas frequentemente, que desqualificam o mito de que novos meios de comunicação estariam substituindo meios anteriores. Discussão que já teria sido superada, não fosse a insistência em restringir a noção de meio ao suporte material.

Investir na revisão bibliográfica de um conceito para recuperar suas origens e sua história dentro de um campo de conhecimento é navegar por produções acadêmicas que são impregnadas de diferentes pontos de vista e afiliações teóricas – tarefa essa primordial logo no início de um trabalho acadêmico, seja ele na graduação ou na pós-graduação. Fazer esse caminho de volta para repassar a vida do conceito nos estudos em comunicação mostra o quanto alguns estudos, e também a imprensa que aborda o assunto, ainda tratam a convergência como um fenômeno exclusivo do século XXI, reduzindo as consultas aos argumentos de Jenkins³³³, sem explorar outros nomes igualmente relevantes. A predominância do autor na produção brasileira é tão forte quanto o viés tecnicista presente em diversas definições encontradas em teses, dissertações e artigos que analisam ocorrências de convergência. Trata-se, nesses casos, de uma incoerência com o que diz o próprio autor, visto que incorpora questões sociais e culturais para abordar a cultura da convergência.

Além disso, não se justifica a recorrência excessiva ao autor em prejuízo das demais referências, o que acaba impedindo o avanço teórico das produções, já que se carece de um cruzamento de argumentações ao mesmo tempo em que se permanece em um ciclo de citações permanentes a um mesmo conjunto de ideias sem qualquer exercício de tensionamento. A crítica ao predomínio de uma ou outra referência, fazendo com que outras fiquem preteridas, bem como à ênfase excessiva dada ao componente tecnológico no entendimento do conceito são perspectivas respaldam o esforço de aprofundamento conceitual exposto nos capítulos que compõem este livro. A proposta de categorizar a convergência analiticamente vem para contribuir para o avanço da pesquisa sobre o tema não apenas com um levantamento teórico, mas também com um processo de esquematização do trabalho de revisão bibliográfica.

Quando se identificam as origens do conceito, torna-se menos complicado o caminho para encontrar os elementos que norteiam a construção de um entendimento no campo da comunicação, o que encaminha a discussão para as noções de conexão, participação e interatividade, espalhamento e materialidade, justificando a necessidade de se superar o caráter técnico, sem porém desconsiderá-lo. Com base nessa orientação, ao mapear e organizar tendências conceituais, tem-se então uma assimilação do modo como alguns autores

flexibilizam a ideia de convergência, compreendendo o fenômeno de forma mais abrangente ao considerarem elementos sociais e culturais em suas argumentações, enquanto que outros detêm-se quase que exclusivamente em aspectos técnicos do processo. Essa compreensão é que acaba abrindo espaço para a definição das categorias da convergência, que não se deu de forma aleatória. Absorver as essências de cada entendimento e conceituação da convergência foi a forma aplicada para estudar as referências a partir dos exercícios propostos por Kleiman (1989). Esses exercícios revelaram a menção às categorias em diversas falas e abordagens. São categorias que se referem a uma relação entre meios e ações humanas, suportes diversos e dinâmicas em torno de conteúdos, que nascem num contexto essencialmente analógico para evoluir pela digitalização dos processos e reconfigurando-se pelas redes digitais.

A proposta de categorização analítica não fecha o conceito; pelo contrário, mostra suas vertentes e sua amplitude definindo toda sua complexidade. Além das angulações possíveis pelos níveis técnico, social e cultural, a convergência traz implicações políticas e econômicas, e causa impacto em diversos setores de uma sociedade, de modo que não pode ser limitada a uma simples definição. Este livro não tem, nem nunca teve, como objetivo final apresentar um conceito de convergência. Fechar uma formulação com tamanha dinamicidade é ir de encontro do que mais se preza ao considerar o significado do elemento humano no fenômeno. Não buscar o fechamento de uma definição não é por isso algo que invalida as argumentações decorrentes da organização sobre as concepções e abordagens recuperadas. O movimento teórico-epistemológico promoveu a constituição de categorias interdependentes, calcadas não apenas no desenvolvimento da tecnologia, mas no comportamento dos indivíduos em torno e a partir da produção, da circulação e do consumo de conteúdos midiáticos. As transformações nos níveis técnico, social e cultural ilustram essa interdependência não só entre as categorias, como entre os próprios níveis, atestando a complexidade da convergência como um processo que permeia os estudos em comunicação cada vez mais, ao passo em que se fortalecem as redes digitais como o espaço de fluxos de conteúdos dos mais diversos. O espalhamento, nos termos de Jenkins, Green e Ford³³⁴, é um elemento que norteia a caracterização que este livro constrói sobre a convergência que mais reflete a cultura digital como um aspecto potencializador. Há que se deixar em aberto que outros elementos norteadores podem vir a nortear a convergência nos próximos anos, não só pela intensificação da digitalização, mas pela forma como

será apropriada.

Avançar fronteiras teóricas e adentrar um espaço de métodos de pesquisa em comunicação, por meio das categorias analíticas propostas, foi a maneira encontrada para abrir possibilidades de pesquisa sobre as incontáveis relações midiáticas que integram as redes digitais. Não há como desconsiderar a necessidade de apreensão conceitual sobre um evento que perpassa o cotidiano das sociedades. Munir-se de estratégias e artefatos investigativos reforça a produção acadêmica sobre o assunto, e espera-se que as tecituras analíticas sirvam de apoio para estudos e análises que desvendem com precisão e aprofundamento as nuances de práticas e comportamentos comunicacionais regidos pelas tramas da convergência midiática.

EPÍLOGO, uma nota final!

Maria Clara Aquino Bittencourt honrou-me com o convite para escrever o Posfácio de seu primeiro livro autoral, e tomo a liberdade de chamá-lo de Epílogo, um de seus sinônimos, para sintonizar-me com ela, que na Introdução utiliza sugestivamente uma série televisiva como exemplo para teorizar sobre o fenômeno que analisou aqui.

Escrever esse epílogo levou-me imediatamente a pensar o que o diferenciaria de um prefácio, escritura que já havia experimentado em diversas ocasiões, e que tipo de relação ele poderia estabelecer, ou não, com o prefácio, que seria escrito por um colega. Nesse caso, só com a publicação do livro poderia sanar a curiosidade; no primeiro, os dicionários consultados, virtuais e em papel, diziam-me que ambos são apresentações de um trabalho pronto, mas que os posfácios seriam uma nota final, um arremate, um acabamento, um término, um fecho.

Como ambos, prefácios e posfácios de livros, tanto podem ser escritos por seus próprios autores quanto por convidados, percebi que, no meu caso, o mais razoável seria tratar seu conteúdo como uma nota final de um trabalho que

acompanhei desde sua origem, como obra do destino/acaso.

A discussão com Maria Clara para reencaminhar o trabalho em andamento transformou a abordagem empírica em uma pesquisa teórico-metodológica. Partimos da pergunta do que ambas sabíamos sobre a produção nacional e internacional a respeito da questão da convergência midiática, fenômeno empírico que era o foco de seu trabalho até então. Maria Clara aceitou o desafio de dar muitos passos atrás para avançar, e nos pusemos a trabalhar para encontrar o conceito central da pesquisa e a maneira de realizá-la.

O texto que o leitor acaba de conhecer tem acréscimos ao material entregue pela tese, mas não foge da proposta acordada: fazer uma varredura na produção dos principais autores que na época tratavam do fenômeno, identificar as perspectivas teórico-metodológicas usadas por eles, chegar à genealogia do conceito de convergência midiática, gerar um modelo de análise empírica.

A importância desse trabalho e de todos que se propõem a fundamentar as bases, ajustar os pilares de uma questão emergente, ou mesmo sedimentada, é o de identificar, selecionar, organizar, classificar, hierarquizar, sistematizar, categorizar, criticar o conjunto de elementos teóricos, metodológicos e epistemológicos da produção dispersa de uma determinada área ou campo de conhecimento.

Esse tipo trabalho às vezes maneja uma dimensão arqueológica, outras vezes genealógica, ou ainda arquitetural ou orquestral, entre outros procedimentos e movimentos necessários, dependendo do objeto de estudo, lançando mão de lógicas distintas e articuladas para deflagrar um acontecimento epistemológico. O resultado é sempre uma matriz, um mapa, uma topografia, um itinerário, um esquema, um modelo, como o caso proposto aqui, seja qual for a metáfora utilizada para designar a configuração engendrada no processo de dar visibilidade e organicidade para o material investigado.

É um esforço e uma contribuição incomensuráveis para o campo de estudo, pois tem o poder de tensioná-lo, problematizá-lo, criticá-lo, como a autora faz aqui, ao expor as diferenças, semelhanças, sobreposições, lacunas, complementariedades, interfaces etc. apresentadas pelo corpus analisado, tendo o poder também para sedimentar as perspectivas mais consistentes, potencializar as contribuições emergentes, dimensionar as apropriações inconsequentes e os modismos, quiçá reorganizar o debate em outras bases, apontando novas

direções, criando agendas de pesquisa, entre outras agências possíveis decorrentes do impacto dos resultados entre os pares.

Creio que o lapso de tempo entre a defesa da tese e esta publicação contribuiu para o amadurecimento e avanço da reflexão sobre alguns pontos que possam ter ficado aquém do conhecimento atual da autora, o que representa uma atualização sempre incompleta de um fenômeno em progresso, responsável pela mudança constante do universo social e cultural contemporâneo. Por outro lado, a consolidação conceitual, teórica e metodológica alcançada até aqui foi um passo muito firme e consciente da autora em direção ao diálogo com o campo e suas vizinhanças, cujos resultados sugiro que sejam acompanhados por ela, como forma de seguir inserida no debate que ora propõe, não sem grandes riscos, mas certamente com a noção de que o conhecimento precisa de atitudes corajosas como esta que acaba de se apresentar.

Nilda Jacks/ UFRGS

Cachoeira do Bom Jesus, 28 de fevereiro de 2017

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. A Cauda Longa. A nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

[AQUINO BITTENCOURT, M. C. A história da Internet e a influência dos contextos militar e acadêmico: competição e cooperação na criação da Rede. Ecos Revista, v. 10, p. 5-29, 2005.](#)

AQUINO BITTENCOURT, M. C. Convergência Midiática: a problematização do conceito no âmbito da comunicação digital. *Opinio (ULBRA)*, v. 1, p. 3-16, 2010.

AQUINO BITTENCOURT, M. C. A mediação do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia Ninja. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 11, p. 85-103, 2014. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/644>. Acesso em: 15 de dez. 2016.

AQUINO BITTENCOURT, M. C. Narrativas Coletivas? Mediação do Ativismo no Mídia Ninja e no RioNaRua. *Interin (UTP)*, v. 19, p. 86-102, 2015. Disponível em: <http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/342>. Acesso em: 15 de dez. 2016.

AQUINO BITTENCOURT, M. C. Em tempos de mediação do ativismo: repensando características da narrativa jornalística digital através da apropriação do Medium pelo Mídia Ninja. *Animus (Online)*, Santa Maria, v. 15, p. 163-183,

2016a. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/16199>. Acesso em: 15 de dez. 2016.

AQUINO BITTENCOURT, M. C. Midiatização do Ativismo e Jornalismo Digital: o impacto dos filtros do Facebook nos processos de produção e circulação de conteúdos de coletivos midiáticos. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación Online, v. 12, p. 122-133, 2016b. Disponível em: <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/634>. Acesso em: 15 de dez. 2016.

AQUINO BITTENCOURT, M. C.; BITTENCOURT, D. A midiatização do Rockin1000 alcança o Foo Fighters: espalhamento e convergência como mecanismos de circulação. Revista Comunicação Midiática, v. 11, n. 1. p. 29-45, 2016c. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiati> Acesso em: 15 de dez. 2016.

BLUMER, H. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN (Org.), C.D. Teoria da comunicação: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980.

BLUMER, H. Symbolic interactionism: perspective and method. New Jersey: University of California Press, 1984.

BOHLIN, E. Convergence in Communications and Beyond: An Introduction. In: BOHLIN, E. et al. (Eds.): Convergence in Communications and Beyond. North Holland, Amsterdam, 2000.

BORÉS, C. S.; TORRES, R. Technological Convergence: A Strategic

Perspective. Technovation, n. 23, 2003.

BOURDIEU, P. A dominação masculina. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BUSH, V. As We May Think. The Atlantic, July 1945 Issue. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush>. Acesso em: 15. dez. 2016.

BURGESS, J.; GREEN, J. YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

CAMPANELLA, B. Os olhos do grande irmão: Uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2012.

CANATTA, F. Tv e segunda tela: uma análise do horário nobre no Twitter. 2015. 126p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014. Disponível em: <http://meriva.pucrs.br/dspace/handle/10923/5648>. Acesso em: 15 dez. 2016.

CARDOSO, G. A mídia na sociedade em rede. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CASTELLS, M. A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, M. Internet e Sociedade em Rede. In: MORAES, D. (Org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2004.

CASTELLS, M. Networks of outrage and hope: social movements in the internet age. Wiley, Politik, 2012.

DIZARD JR., W. A Nova Mídia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar , 2000.

DUYSTERS, G.; HAAGEDOORN, J. Technological Convergence in the IT Industry: the Role of Strategic Technology Alliances and Technological Competencies. International Journal of the Economics of Business, v. 5, n. 3, 1998.

FILHO, C. M. (Org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009.

FISH, S. Is there a text in this class? The authority of interpretative communities. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1979.

FRAGOSO, S. Reflexões sobre a convergência midiática. Líbero, ano VIII, n. 15/16, 2005. Disponível em:
http://geminisufscar.files.wordpress.com/2009/05/reflexoes_convergencia.pdf.
Acesso em: 15 dez. 2016.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANSMAN, M. Convergence, the Internet and Multimedia: Implications for the Evolution of Industries and Technologies. In: BOHLIN, E. et al. (Eds.): Convergence in Communications and Beyond, North Holland, Amsterdam, 2000.

GIBSON, J. J. The Ecological Approach to Visual Perception. Boston, MA: Houghton-Mifflin. 1979.

GIDDENS, A. The Constitution of Society. Berkeley: University of California Press, 1984.

GÓMEZ, G.O. La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. In: JACKS, N. (Org.); MARROQUIN, A.; VILLARROEL, M.; FERRANTE, N. Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito (Ecuador): Quipus, Ciespal, 2011.

GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

HALL, S. Encoding/decoding. In: HALL, S et al. (Eds.). Culture, Media, Language. London: Routledge, 1980.

HENN, R.C. El ciberacontecimiento: producción y semiosis. Barcelona: UOC, 2014. v. 1. 150p.

HENRIQUES, S. M. G. Etnografia móvel: uma proposta metodológica para os estudos da mobilidade na comunicação. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. 228f. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/8765>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

HERKMAN, Juha. Konvergensi in Mediumi. 2002. Disponível em: <http://www.m-cult.net/mediumi/>. Acesso em: 28 mar. 2017.

IZQUIERDO, I. Questões sobre memória. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

JACKS, N.; TOALDO, M.; WOTTRICH, L.; OIKAWA, E.; NOL, G. Jovem e Consumo Midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. XXIII Encontro Nacional do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT15_RECEPCAO_PROCESSO_1_2272.pdf. Acesso em: 28 mar. 2017.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. Nova York: New York University, 2013.

JENKINS, H. “Convergence? I diverge”. Technology Review, Massachusetts, 2001. Disponível em: <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/converge.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2017.

JENKINS, H. Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. Nova York: NYU Press, 2006.

JENKINS, H. Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

JENSEN, K. B. Media Convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication. New York: Routledge, 2010.

JOHNSON, S. Emergência. A dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

KAY, A.; GOLDBERG, A. (1977) Personal Dynamic Media. In: MAYER, P. A. (Ed.) Computer Media and Communication: A Reades. Oxford: Oxford University Press, 1999.

KERCKHOVE, D. O nascimento de uma nova física comunitária e as memória conectivas. In: CASALEGNO, F. (Org.) Memória Cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

KILLEBREW, K. C. Global Aspects of Convergence. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

KLEIMAN, Â. Leitura: ensino e pesquisa. Campinas: Pontes, 1989.

KOLODZY, J. Convergence Explained. Playing Catch-up with News Consumers. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009. p. 31-51.

KORNEGAY, V. Media Convergence and the Neo-Dark Age. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

LANDOW, G. P. Hypertext 3.0: critical theory and new media in an era of globalization. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 2006.

LEÃO, L. O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LEMOS, A. Anjos Interativos e Retribalização do Mundo. Tendência Xxi, Lisboa, v. 2, p. 19-29, 1997.

LEMOS, A. Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEMOS, A. Cibercultura e mobilidade. A era da conexão. Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Comunicação e da Informação, do V Encontro dos

Núcleos de Pesquisa da Intercom. Intercom. Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>. Acesso: 15 dez. 2016.

LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. (Orgs.). Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: Edufba, 2009.

LÉVY, P. A memória como processo no tempo presente. In: CASALEGNO, F (Org.)., F. Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LÉVY, P. As Tecnologias da Inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LOBATO, L. L Avaliação dos Mecanismos de Privacidade e Personalização na Web. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação, Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia, Universidade Federal de São Carlos. 159f. Disponível em: <http://www.posemcomunicacaodigital.com.br/wp-content/files/biblioteca/2161.pdf> Acesso em: 15 dez. 2016.

LOPES, M. I. V. Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Edições. Loyola, 2003.

LUPTON, E.; MILLER, A. Design writing research. London: Phaidon Press, 1999.

MALINI, F.; ANTOUN, H. A internet e a rua. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. In: MORAES, D. (Org.). Sociedad Midiatizada. Barcelona: Gedisa, 2007.

MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi. Globo Media Center: televisão e internet em processo de convergência midiática. In: Livro da XIV COMPÓS-Narrativas Midiáticas Contemporâneas. Porto Alegre: Sulina. 2006. Disponível em: <http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/2005/Ana-Silvia.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2016.

MEIKLE, G.; YOUNG, S. Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life. Nova York: Palgrave Macmillan, 2012.

MILLER, T. A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In: FREIRE FILHO, J. A TV em Transição: Tendências de Programação no Brasil e no Mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MITCHELL, W. J. Lugares, arquiteturas e memórias. In: CASALEGNO, F (Org.), F. Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MONTAÑO, S.; KILPP, S. Trânsitos e Conectividades na Web: uma ecologia audiovisual. Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1760-1.pdf>.

Acesso em: 15 dez. 2016.

MONTERDE, A.; J. POSTILL. Mobile ensembles: The uses of mobile phones for social protest by Spain's indignados. In: GOGGIN, G.; HJORTH, L. Routledge Companion to Mobile Media. 2013. Disponível em: <http://civilsc.net/node/47>. Acesso em: 15 dez. 2016.

MURRAY, Janet H. Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

MUELLER, M. L. Digital Convergence and its Consequences. Javnost – The Public. The Economics And Politics Of The New Media, v. 6, n. 3, 1999. Disponível em: <http://javnost-thepublic.org/article/1999/3/2/>. Acesso em: 15 dez. 2016.

NAVARRO, V. Sites of Convergence: an interview with Henry Jenkins. Revista Contracampo n. 21, 2010. Disponível em: <http://www.uff.br/contracampo.index.php/revista/article/view/77>. Acesso em: 15 dez. 2016.

NELSON, T. H. A file structure for the complex, the changing, and the indeterminate. 1965. Disponível em: <http://xanadu.com/au/archive/bibliography.html>. Acesso em: 15 dez. 2016.

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

NISTRÖM, A.G. What is Convergence? Perceptions from the Finnish telecommunications Sector. 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/252195705_What_is_Convergence_Per Acesso em: 15 dez. 2016.

O'REILLY, T. What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 15 dez. 2016.

PALACIOS, M. Jornalismo Online, Informação e Memória: apontamentos para debate. Revista PJ: BR Jornalismo Brasileiro, edição 4, 2º semestre de 2004. Disponível em: http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm. Acesso em: 15 dez. 2016.

PARISER, E. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PAVIANI, J. Epistemologia Prática: ensino e conhecimento científico. Caxias do Sul: Educs, 2009.

PAVLIK, J. Media in the digital age. New York: Columbia University Press, 2008.

PAVLIK, J. V.; MCINTOSH, S. Converging Media. New York: Oxford University Press, 2011.

PELLANDA, E. C. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. (Orgs.) Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: Edufba, 2009.

PELLANDA, E. C. Convergência de mídias potencializada pela mobilidade e um novo processo de pensamento. Trabalho apresentado ao XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <http://docplayer.com.br/6801826-Convergencia-de-midias-potencializada-pela-mobilidade-e-um-novo-processo-de-pensamento-eduardo-campos-pellanda-puc-rs-eduardo-pellanda-com.html>. Acesso em: 15 dez. 2016.

PELLANDA, E. C. Nomadismo em espaços sociais: uma discussão sobre as novas formas de interações potencializadas pela mobilidade da informação. Trabalho apresentado ao XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Universidade de Brasília. Brasília, 2006. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/20230>. Acesso em:

PELLANDA, E. C. A Internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagem própria. 2001. 96p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2001.

PLANELLS, J. M. Ciberespaço – Notas para a utilização de um conceito analítico em Ciências Sociais. In: ALVES, G.; MARTINEZ, V. (Orgs.). Dialética do ciberespaço. Trabalho, tecnologia e política no capitalismo global. Bauru: Document Arminda, 2002. p. 13-34.

POOL, I. S. Tecnologías sin fronteras de las telecomunicaciones en la época de la globalización. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1990.

POOL, I. S. Technologies of Freedom. Harvard College; Library of Congress Cataloging in Publication Data, 1983.

PRIMO, A. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RAFAELI, S. Interactivity: from new media to communication. In: Sage annual review of communication research: advancing communication science. Beverly Hills: Sage, 1988. p. 110-134. Disponível em: <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/>. Acesso em: 15 dez. 2016.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R. A Conversação em Rede. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, R. ARS: a escalada dos protestos no Brasil. 2013. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/06/ars-a-escalada-dos-protestos-no-brasil.html>. Acesso em: 15 dez. 2016.

RECUERO, R.; SOARES, P. Violência simbólica e redes sociais no facebook: o caso da fanpage “Diva Depressão”. Galaxia (online), São Paulo, n. 26, p. 239-254, dez. 2013.

RÖSNAY, J. Memória em rede e intercriatividade. In: CASALEGNO, F (Org.),

F. Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

RÜDIGER, F. Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação: trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

SAAD, E.; BERTOCCHI, D. O algoritmo curador: o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cibercultura, do XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012. Disponível em: <http://goo.gl/5Ttr04>.

SANTAELLA, L. Comunicação & Pesquisa. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humanismo. Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 22, dez. 2003.

SANTAELLA, L. Navegar no Ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, S. Convergência. Verbetes em dicionário de comunicação. In: FILHO, C. M. (Org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009.

SILVA, F. F. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. (Orgs.). Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil.

Salvador: Edufba, 2009.

SILVA, F. F. (Org.). Transmutações no Jornalismo. Campina Grande: Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2016. Disponível em: www.uepb.edu.br/download/ebooks/Transmutacoes-no-Jornalismo.pdf. Acesso em: 15 dez. 2016.

STEINMUELLER, W.E. Paths to Convergence: The Roles of Popularisation, Virtualisation and Intermediation. In: BOHLIN, E. et al. (Eds.): Convergence in Communications and Beyond. North Holland, Amsterdam, 2000.

STRAUBHAAR, J.; LAROSE, R.; DAVENPORT, L. Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology. 9. ed. Boston, MA. (EUA): Wadsworth, 2015.

THOMPSON, J. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

THOMPSON, J. B. A nova visibilidade. Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ECA/USP, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 15-38, jan.-jun. 2008.

TORET, J. Una mirada tecnopolítica sobre los primeros días del #15M. In: Comunicación y Sociedad Civil. 2012. Disponível em: <http://civilsc.net/node/14>. Acesso em: 15 dez. 2016.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. Pragmática da Comunicação Humana. 11. ed. São Paulo: Cultrix, 2000.

WILKINSON, J. S.; MCCLUNG, S. R.; SHERRING, V. A. The Converged Audience: receiver-senders and content creators. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

YOFFIE, D.B. Competing in the Age of Digital Convergence. California Management. Review, v. 38, n. 4, p. 31-53, 1996.

ZAGO, G. Trolls e jornalismo no Twitter. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 9, n. 1, jan.-jun. 2012. DOI 10.5007/1984-6924.2012v9n1p150.

1 LEMOS, A. Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

2 CASTELLS, M. A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

3 RECUERO, R. A Conversação em Rede. Porto Alegre: Sulina, 2012.

4 BASTOS, M. T. B. Public Opinion Revisited: The Propagation of Opinions in Digital Networks. Journal of Arab & Muslim Media Research, v. 4, n. 3, p. 185-201, March. 2011.

5 BOYD, D.; ELLISON, N. Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, article 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

6 JENKINS, H. Invasores de Texto. São Paulo: Masurpial, 2015.

7 <https://www.pottermore.com/>

8 Exemplos disso são os canais DanTDM -

<https://www.youtube.com/user/TheDiamondMinecart> ou [PewDiePie](https://www.youtube.com/user/PewDiePie) -

<https://www.youtube.com/user/PewDiePie>, ambos focados em jogos e programas sobre jogos.

9 Um desses exemplos é a página Humans of New York

(<https://www.facebook.com/humansofnewyork/>), projeto do fotógrafo Brandon Stanton, que publica imagens de pessoas e suas histórias, atualmente com mais de 18 milhões de fãs. Constantemente interagindo com sua audiência, o fotógrafo já engajou-se em projetos humanitários, recuperação de escolas e criação de bolsas de estudo para a população carente.

10 Atores que possuem canais no YouTube.

11 O The Voice, popular reality show nos Estados Unidos, por exemplo, com alguma frequência utilizou o Twitter e o número de tweets com uma determinada hashtag para eliminar ou salvar participantes. Também o uso do Twitter pelos treinadores e pelos participantes com comentários sobre o show é parte do modelo. Em sua versão brasileira, alguns desses recursos também são utilizados.

12 Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UFRGS), e do Programa de Pós-Graduação em Letras (UFPel), além do curso de Jornalismo (UFPel). Pesquisadora do CNPq. Autora de Redes Sociais na Internet (Sulina, 2009); A Conversação em Rede (Sulina, 2012), Métodos de Pesquisa para Internet, com Suely Fragoso e Adriana Amaral (Sulina, 2011) e Análise de Redes para Mídia Social, com Marco Bastos e Gabriela Zago (Sulina, 2015).

13 MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. In: MORAES, D. (Org.). Sociedad Mediatizada. Barcelona: Gedisa, 2007.

14 A expressão redes digitais é utilizada neste livro para designar um conjunto de plataformas, sites e aplicativos de comunicação digital que abrigam a comunicação estabelecida entre mídias e indivíduos a partir da popularização do acesso à Internet. É uma expressão que abarca aspectos técnicos, sociais e

culturais, sobre as interações entre o aparato tecnológico e suas usos por meio das dinâmicas comunicacionais.

15 Arpanet é o acrônimo, em inglês de Advanced Research Projects Agency Network, do Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Foi o nome dado a primeira rede de computadores baseada na comunicação pelo intercâmbio de pacotes, sendo assim a precursora da Internet. Sobre a história da Internet: AQUINO BITTENCOURT, M. C. A história da Internet e a influência dos contextos militar e acadêmico: competição e cooperação na criação da Rede. Ecos Revista, v. 10, p. 5-29, 2005.

16 Fonte: <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=convergir>

17 SANTOS, S. Convergência. Verbete em dicionário de comunicação. In: FILHO, C. M. (Org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009. p. 79.

18 Fonte:

http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/legal/com/greenp_97_623_en.pdf. O relatório apresenta como objetivos melhorar a compreensão e incentivar a discussão sobre o desenvolvimento do fenômeno da convergência no âmbito das telecomunicações, da mídia, das tecnologias de informação, visando proporcionar uma abordagem ordenada para a sociedade da informação.

19 Tradução minha: “[...] não só sobre tecnologia. Trata-se de serviços e novas maneiras de fazer negócios e de interagir com a sociedade.”

20 Tradução minha: “[...] a capacidade de diferentes plataformas de rede de transportar essencialmente os mesmos tipos de serviços ou a junção de dispositivos de consumo, tais como o telefone, televisão e o computador pessoal”.

21 JENKINS, H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. Nova York: NYU Press, 2006. JENKINS, H. Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008. A edição original em inglês foi lançada em 2006, e ambas foram fonte de consulta para esta obra, por isso são citadas.

22 Em 1992, o autor publica sua obra pouco citada no Brasil, porém principal referência nos estudos sobre a cultura de fãs e a cultura participativa: JENKINS,

H. Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Studies in culture and communication. New York: Routledge, 1992.

23 Fonte: <http://wired.com>

24 NEGROPONTE, N. A vida digital. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

25 NEGROPONTE, 1995.

26 NEGROPONTE, 1995, p. 65.

27 POOL, I. S. Technologies of Freedom. United States; Harvard College; Library of Congress Cataloging in Publication Data, 1983.

28 POOL, 1983.

29 POOL, 1983.

30 JENKINS, 2006; 2008.

31 JENKINS, 2006; 2008.

32 JENKINS, 2006; 2008.

33 JENKINS, 2006; 2008.

34 JENKINS, 2006; 2008.

35 POOL, 1983.

36 JENKINS, 2006; 2008.

37 POOL, 1983.

38 NEGROPONTE, 1995.

39 POOL, 1983.

40 JENKINS, 2006; 2008.

41 CASTELLS, 2003.

42 CASTELLS, 2003.

43 CASTELLS, M. Internet e Sociedade em Rede. In: MORAES, D. (Org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 8.

44 CASTELLS, 2004.

45 CARDOSO, G. A mídia na sociedade em rede. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

46 CARDOSO, 2007.

47 Enquanto que no início dos anos 60 a preocupação dos pesquisadores da Arpa – Advanced Research Projects Agency girava em torno da questão da segurança das comunicações na hipótese de um ataque nuclear, durante a Guerra Fria, Joseph Carl Robnett Licklider, do MIT – Massachusetts Institute of Technology, escrevia uma série de memorandos nos quais discutia o conceito de Rede Galáctica. Licklider previa a interconexão global de vários computadores permitindo que seus usuários pudessem acessar rapidamente dados e programas de qualquer lugar, e assim surgiam os primeiros registros de interações sociais por meio de redes de computadores. Foi em outubro de 1962 que Licklider se tornou o primeiro gerente do programa de pesquisa de computador do Darpa – Defense Advanced Research Projects Agency e, durante seu período no cargo, convenceu seus sucessores Ivan Sutherland, Bob Taylor e Lawrence G. Roberts da importância das redes de computadores. Tendo dado início a seus trabalhos para a criação de um conceito de redes de computadores no Darpa em fins de 1966, Roberts publica em 1967 o seu plano para a Arpanet, e assim os pesquisadores da Arpa começam então a vislumbrar as soluções para os seus problemas de segurança nas trocas de informações. A partir daí, já se conhece o final da história (AQUINO BITTENCOURT, 2005).

48 CARDOSO, 2007.

49 JENKINS, 2006.

50 JENKINS, 2006; 2008.

51 JENKINS, 2006; 2008.

52 DIZARD JR., W. A Nova Mídia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar , 2000.

53 JENKINS, 2006; 2008.

54 LEMOS, André. Anjos Interativos e Retribalização do Mundo: sobre interfaces digitais. 1997. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2017.

55 ANDERSON, C. A Cauda Longa. A nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

56 A Cauda Longa, a partir das considerações de Anderson (2006), são mais bem explicadas na categoria sobre personalização, no terceiro capítulo deste livro.

57 JENKINS, 2006; 2008.

58 LÉVY, P. As Tecnologias da Inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

59 LÉVY, 1993.

60 JENKINS, 2006; 2008.

61 JENKINS, 2006; 2008.

62 LÉVY, 1993.

63 JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. Nova York: New York University, 2013.

64 Fonte: <http://spreadablemedia.org/about-the-book/>

65 JENKINS, 2006.

66 A versão em português de Spreadable Media foi publicada no Brasil em 2014, sob o título de Cultura da Conexão. A tradução utiliza o termo propagabilidade, porém optou-se pelo uso do termo espalhamento considerando outros trabalhos já publicados antes da versão em português em que foi utilizado o termo espalhamento. Também se entende que o verbo espalhar reflete melhor a argumentação dos autores.

67 Recuero (2012) aborda a conversação pela comunicação mediada por computador.

68 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.

69 O'REILLY, T. What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 28 mar. 2017.

70 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.

71 AQUINO BITTENCOURT, M. C.; BITTENCOURT, D. A midiatização do Rockin1000 alcança o Foo Fighters: espalhamento e convergência como mecanismos de circulação. Revista Comunicação Midiática, v. 11, n. 1. p. 29-45, 2016c. Disponível em: <http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiati> Acesso em: 28. mar. 2017.

72 Fonte: <http://rockin1000.com>

73 Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=JozAmXo2bDE>

74 JENSEN, K. B. Media Convergence: the three degrees of network, mass, and interpersonal communication. New York: Routledge, 2010.

75 JENSEN, 2010.

76 JENSEN, 2010.

77 KAY, A.; GOLDBERG, A. (1977) Personal Dynamic Media. In: MAYER, P. A. (Ed.) Computer Media and Communication: A Reades. Oxford: Oxford University Press, 1999.

78 JENSEN, 2010, p. 70.

79 Tradução minha: “Com as metatecnologias, a comunicação fecha ao círculo de formas interpessoais e multimodais de intercâmbio que caracterizam as configurações face a face”.

80 GIBSON, J. J. The Ecological Approach to Visual Perception. Boston, MA: Houghton-Mifflin. 1979.

81 JENSEN, 2010.

82 JENSEN, 2010.

83 NISTRÖM, A.G. What is Convergence? Perceptions from the Finnish telecommunications Sector. 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/252195705_What_is_Convergence_Per Acesso em: 28 mar. 2017.

84 NISTRÖM, 2007.

85 BOHLIN, E. Convergence in Communications and Beyond: An Introduction. In: BOHLIN, E. et al. (Eds.): Convergence in Communications and Beyond. North Holland, Amsterdam, 2000.

86 BORÉS, C. S.; TORRES, R. Technological Convergence: A Strategic Perspective. Technovation, n. 23, 2003.

87 DUYSTERS, G.; HAAGEDOORN, J. Technological Convergence in the IT Industry: the Role of Strategic Technology Alliances and Technological Competencies. International Journal of the Economics of Business, v. 5, n. 3, 1998.

88 FRANSMAN, M. Convergence, the Internet and Multimedia: Implications for the Evolution of Industries and Technologies. In: BOHLIN, E. et al. (Eds.): Convergence in Communications and Beyond. North Holland, Amsterdam, 2000.

89 HERKMAN, Juha. Konvergenssi in Mediumi. 2002. Disponível em: <http://www.m-cult.net/mediumi/>. Acesso em: 28 mar. 2017.

90 YOFFIE, D.B. Competing in the Age of Digital Convergence. California Management. Review, v. 38, n. 4, p. 31-53, 1996.

91 MUELLER, M. L. Digital Convergence and its Consequences. Javnost – The Public. The Economics And Politics Of The New Media, v. 6, n. 3, 1999. Disponível em: <http://javnost-thepublic.org/article/1999/3/2/>. Acesso em: 28

mar. 2017.

92 HERKMANN, 2002.

93 YOFFIE, 1996.

94 MUELLER, 1999.

95 STEINMUELLER, W.E. Paths to Convergence: The Roles of Popularisation, Virtualisation and Intermediation. In: BOHLIN, E. et al. (Eds.): Convergence in Communications and Beyond. North Holland, Amsterdam, 2000.

96 KORNEGAY, V. Media Convergence and the Neo-Dark Age. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

97 NISTRÖM, 2007.

98 GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

99 WILKINSON, J. S.; MCCLUNG, S. R.; SHERRING, V. A. The Converged Audience: receiver-senders and content creators. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

100 STRAUBHAAR, J.; LAROSE, R.; DAVENPORT, L. Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology. 9. ed. Boston, MA. (EUA): Wadsworth, 2015.

101 Tradução minha: “Nossa criatividade individual e respectivas culturas fazem pressão contra as tecnologias e as corporações que as implantam para redefinir seus usos”.

102 MEIKLE, G.; YOUNG, S. Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life. Nova York: Palgrave Macmillan, 2012.

103 KILLEBREW, K. C. Global Aspects of Convergence. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009.

104 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.

105 GRANT; WILKINSON, 2009.

106 PAVLIK, J. Media in the digital age. New York: Columbia University Press, 2008.

107 MEIKLE; YOUNG, 2012.

108 CASTELLS, 2003.

109 CASTELLS, 2003.

110 JENKINS, 2006; 2008.

111 JENKINS, H. “Convergence? I diverge”. Technology Review, Massachussets, 2001. Disponível em: <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/converge.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2017.

112 NEGROPONTE, 1995.

113 JENKINS, 2006; 2008.

114 NEGROPONTE, 1995, p. 74

115 NEGROPONTE, 1995.

116 JENKINS, 2006; 2008.

117 NEGROPONTE, 1995.

118 FRAGOSO, S. Reflexões sobre a convergência midiática. Líbero, ano VIII, n. 15/16, 2005. Disponível em: http://geminisufscar.files.wordpress.com/2009/05/reflexoes_convergencia.pdf. Acesso em: 15 dez. 2016.

119 SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humanismo. Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 22, dez. 2003.

120 PELLANDA, E. C. A internet como ambiente de convergência de mídias e criação de linguagem própria. 2001. 96p. Dissertação (Mestrado em

Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2001. PELLANDA, E. C. Convergência de mídias potencializada pela mobilidade e um novo processo de pensamento. Trabalho apresentado ao XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <http://docplayer.com.br/6801826-Convergencia-de-midias-potencializada-pela-mobilidade-e-um-novo-processo-de-pensamento-eduardo-campos-pellanda-puc-rs-eduardo-pellanda-com.html>. Acesso em: 15 dez. 2016.

121 JACKS, N.; TOALDO, M.; WOTTRICH, L.; OIKAWA, E.; NOL, G. Jovem e Consumo Midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. Trabalho apresentado ao XXIII Encontro Nacional dos Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em: http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT15_RECEPCAO_PROCESSO_1_2272.pdf. Acesso em: 15 dez. 2016.

122 Suzana Barbosa aborda a convergência no âmbito do jornalismo digital, e Elizabeth Saad Corrêa, no contexto da comunicação digital, pensa a convergência em termos empresariais e de inovação. Ambas são autoras brasileiras importantes no cenário da comunicação e que estudam a convergência a partir de viéses mais específicos.

123 FRAGOSO, 2005.

124 SANTAELLA, 2003.

125 SANTAELLA, 2003.

126 FRAGOSO, 2005.

127 SANTAELLA, 2003.

128 POOL, I. S. Tecnologías sin fronteras de las telecomunicaciones en la época de la globalización. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1990.

129 POOL, 1990.

130 FRAGOSO, 2005.

131 NEGROPONTE, 1995.

132 CASTELLS, 2003.

133 CASTELLS, 2003.

134 JENKINS, 2006; 2008.

135 FRAGOSO, 2005.

136 FRAGOSO, 2005.

137 FRAGOSO, 2005.

138 PELLANDA, 2001; 2003.

139 PELLANDA, 2001.

140 PELLANDA, 2001.

141 PELLANDA, 2003.

142 Jovem Brasileiro e Práticas Midiáticas em Tempo de Convergência é um projeto de pesquisa pelo Procad 2013, que envolve a participação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil em regiões geográficas prioritárias, por meio do desenvolvimento de pesquisa integrada com o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. Os pesquisadores dos três Programas que participam dessa proposta de Procad já possuem afinidade anterior de temática e de trabalho. Eles integram a rede de pesquisa Rede Brasil Conectado (redebrasilconectado.wordpress.com), composta por membros de 47 universidades, entre federais e particulares, dentre os quais há participantes pertencentes a 65 grupos de pesquisa. A proposta para esse Procad é consolidar o que já tem sido desenvolvido na pesquisa integrada, estreitando e aprofundando a discussão sobre as características desse consumo juvenil midiático nas regiões Sul, Norte e Nordeste. Com isso, descentraliza-se o olhar sobre a mídia e sobre as práticas juvenis, cujos estudos em geral estão centrados no sudeste brasileiro. Informações retiradas da súmula do projeto no currículo lattes da professora doutora Nilda Jacks.<http://lattes.cnpq.br/7001106299339932>

143 JACKS et al., 2014.

144 JENKINS, 2008.

145 CASTELLS, 2003.

146 SANTAELLA, L. Comunicação & Pesquisa. São Paulo: Hacker, 2001.

147 FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

148 PLANELLS, J. M. Ciberespaço – Notas para a utilização de um conceito analítico em Ciências Sociais. In: ALVES, G.; MARTINEZ, V. (Orgs.). Dialética do ciberespaço. Trabalho, tecnologia e política no capitalismo global. Bauru: Document Arminda, ²⁰⁰², p. 229.

149 KLEIMAN, Â. Leitura: ensino e pesquisa. Campinas: Pontes, 1989.

150 JENKINS, 2006; 2008.

151 Fonte: <http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista>

152 NAVARRO, V. Sites of Convergence: an interview with Henry Jenkins. Revista Contracampo, n. 21, 2010. Disponível em: <http://www.uff.br/contracampo.index.php/revista/article/view/77>. Acesso em: 15 dez. 2016.

153 MILLER, T. A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In: FREIRE FILHO, J. A TV em Transição: Tendências de Programação no Brasil e no Mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.

154 CARDOSO, 2007.

155 MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi. Globo Media Center: televisão e Internet em processo de convergência midiática. In: Livro da XIV COMPÓS- Narrativas Midiáticas Contemporâneas. Porto Alegre: Sulina. 2006. Disponível em: <http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/2005/Ana-Silvia.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2016.

156 GÓMEZ, Guillermo Orozco. La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. In: GÓMEZ, G. O. La condición comunicacional contemporánea. Desafíos

latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. In: JACKS, N. (Org.); MARROQUIN, A.; VILLARROEL, M.; FERRANTE, N. Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito (Ecuador): Quipus, Ciespal, 2011.

157 PAVIANI, J. Epistemologia Prática: ensino e conhecimento científico. Caxias do Sul: Educs, 2009.

158 PAVIANI, 2009, p. 46.

159 RÜDIGER, F. Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação: trajetória histórica e elementos de epistemologia. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

160 PAVIANI, 2009.

161 PAVIANI, 2009.

162 LOPES, M. I. V. Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Edições. Loyola, 2003.

163 LOPES, 2003, p. 138.

164 Em 2013 iniciei um estágio pós-doutoral pela Capes, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos/Unisinos. A pesquisa teve duração de dois anos e em agosto de 2015 foi cadastrada como projeto de pesquisa sob minha coordenação, quando já atuava como pesquisadora professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. O projeto de pesquisa investiga a produção e a circulação de conteúdos por coletivos midiáticos em contexto de movimentos em rede, e o Mídia Ninja é um desses coletivos. A pesquisa finaliza em 2018. em 2018.

165 Os primeiros atos contra o aumento da tarifa começaram em 2012, em Natal/RN. Em fevereiro de 2013 aconteceram mobilizações em Porto Alegre/RS, Belém/PA, Curitiba/PR, Brasília/DF, Rio de Janeiro/RJ, São Paulo/SP e Salvador/BA. A capital gaúcha se destacou pela intensificação dos protestos em março, quando o valor da passagem foi reduzido via liminar. Mas, os atos continuaram, pois a decisão poderia ser revogada. Em junho, os protestos se espalharam e centenas de cidades tiveram suas ruas ocupadas por pessoas que diziam que os motivos das manifestações já não era mais apenas R\$0,20 centavos. Causas diversas ampliaram as reivindicações, como a luta contra a

aprovação da PEC 37, o fim da criminalização dos movimentos sociais, melhorias na saúde, na educação e nas condições de trabalho de professores, as obras da Copa, o fim da corrupção, entre outras.

166 MALINI, F.; ANTOUN, H. A internet e a rua. Porto Alegre: Sulina, 2013.

167 LEMOS, A. Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

168 JENSEN, 2010.

169 WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. Pragmática da Comunicação Humana. 11. ed. São Paulo: Cultrix, 2000.

170 Jensen recorre a Giddens para fundamentar esse aporte conceitual. GIDDENS, A. The Constitution of Society. Berkeley: University of California Press, 1984.

171 Castells (2012) exemplifica a atividade comunicacional de vários movimentos em rede organizados pela Internet ao redor do mundo, desde meados de 2009, e como seu conceito de comunicação autônoma é fundamentado nas possibilidades comunicacionais por meio das redes.

172 O interacionismo simbólico é considerado uma perspectiva teórica e metodológica inacabada, porém por vezes acionada nos estudos do campo da comunicação. Surgiu nos anos 30, como parte da sociologia norte-americana, a partir do sociólogo Herber Blumer (1900 - 1987), que era membro da Escola de Chicago. Para mais sobre a perspectiva consultar: BLUMER, H. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, C.D. (Org.) Teoria da comunicação: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980.

173 LEMOS, 2002.

174 Mais informações em: <http://uber.com>

175 Mais informações em: <http://airbnb.com>

176 LEMOS, 2002.

177 LEMOS, 2002.

178 THOMPSON, J. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

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

180 THOMPSON, 1998.

181 JENKINS, 1992.

182 LEMOS, 2002.

183 PRIMO, A. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

184 LEMOS, 2002.

185 PRIMO, 2007.

186 CAMPANELLA, B. Os olhos do grande irmão: Uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2012.

187 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.

188 JENKINS, 2008.

189 JENKINS, 2008, p. 182-183.

190 JENKINS, 2008.

191 JENSEN, 2010.

192 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.

193 JENSEN, 2010, p. 49.

194 JENSEN, 2010.

195 MURRAY, Janet H. Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

196 JENSEN, 2010.

197 CANATTA, F. Tv e segunda tela: uma análise do horário nobre no Twitter. 2015. 126p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014. Disponível em: <http://meriva.pucrs.br/dspace/handle/10923/5648>. Acesso em: 15 dez. 2016.

198 JENSEN, 2010.

199 NEWCOMB; HIRSCH, 1983, apud JENSEN, 2010.

200 JENSEN, 2010.

201 JENSEN, 2010.

202 RAFAELI, S. Interactivity: from new media to communication. In: Sage annual review of communication research: advancing communication science. Beverly Hills: Sage, 1988. p. 110-134. Disponível em: <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/>. Acesso em: 15 dez. 2016.

203 Coletivo midiático é um conceito elaborado ao longo do projeto de pesquisa iniciado em 2015. Para mais detalhes: AQUINO BITTENCOURT, M. C. A midiatização do ativismo nas coberturas do G1 e do Mídia Ninja. Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v. 11, p. 85-103, 2014. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/644>. Acesso em: 15 dez. 2016.

204 Streaming é uma forma de distribuição de conteúdo multimídia por meio de pacotes. O conteúdo é reproduzido à medida que chega para o usuário, que não o armazena. Twitcasting é um formato de transmissão ao vivo de vídeo que pode ser feito gratuitamente pelo celular.

205 RECUERO, R. ARS: a escalada dos protestos no Brasil. 2013. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/06/ars-a-escalada-dos-protestos-no-brasil.html>. Acesso em: 15 dez. 2016.

206 MALINI; ANTOUN, 2013.

207 Esses números foram obtidos em 1º de novembro de 2013. Em dezembro de 2016 havia 199 mil seguidores no Twitter e 1.242.355 milhão de fãs na fanpage do Mídia Ninja.

208 LUPTON, E.; MILLER, A. Design writing research. London: Phaidon, 1999.

209 BUSH, V. As We May Think. The Atlantic, July 1945 Issue. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/doc/194507/bush>. Acesso em: 15 dez. 2016.

210 NELSON, T. H. A file structure for the complex, the changing, and the indeterminate. 1965. Disponível em: <http://xanadu.com/au/archive/bibliography.html> Acesso em: 15 dez. 2016.

211 Vannevar Bush (1945), físico e matemático americano, idealiza a construção do Memex, um aparelho para organização e recuperação de conteúdo por meio de trilhas associativas, no artigo intitulado “As We May Think”. Disponível em: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/3881/>. Acesso em: 15 dez. 2016. O Projeto Xanadu, proposto por Theodor Holm Nelson, em 1965, previa a organização e a recuperação de conteúdos por meio do hipertexto. Nunca chegou a ser implementado, mas o projeto pode ser visualizado em <http://www.xanadu.org/>.

212 LÉVY, 1993.

213 LEMOS, 2002, p. 130.

214 LANDOW, G. P. Hypertext 3.0: critical theory and new media in an era of globalization. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press, 2006.

215 Tradução minha: "Em S/Z, Roland Barthes descreve uma textualidade ideal que precisamente se adequa com o que vem sendo chamado de hipertexto de computador - texto composto de blocos de palavras (ou imagens) conectados eletronicamente por múltiplos caminhos, elos ou trilhas em uma textualidade aberta e perpetuamente inacabada descrita pelos termos link, nó, rede, teia e caminho." (LANDOW, 2006, p. 2).

216 BUSH, 1945.

217 NELSON, 1965.

218 CASTELLS, 2003.

219 CASTELLS, 2003.

220 JENKINS, 2006; 2008.

221 CAMPANELLA, 2012.

222 Henn (2014) tece o conceito de ciberacontecimento ao pensar na proliferação de sentidos pelas redes e na interligação dessas atividades coletivas com o jornalismo.

223 CAMPANELLA, 2012.

224 JENKINS, 1992.

225 SANTAELLA, L. Navegar no Ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

226 Santaella utiliza o termo leitor, mas como penso aqui nos processos de produção, circulação e consumo em redes digitais aproprio-me da classificação que ela faz para abordar o comportamento de qualquer ator comunicacional que navega pelos conteúdos disponíveis no ambiente digital.

227 SANTAELLA, 2004.

228 JENSEN, 2010.

229 FISH, S. Is there a text in this class? The authority of interpretative communities. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1979.

230 Tradução minha: “[...] comunicadores e outros leitores têm participação e poderiam ser considerados uma parte do texto, juntamente com o suas explícitas ou implícitas referências cruzadas para outros textos”.

231 JENSEN, 2010.

232 SANTAELLA, 2004.

233 JENKINS, 2008, p. 28.

234 SANTATELLA, 2004.

235 JENSEN, 2010.

236 CAMPANELLA, 2012.

237 HALL, S. Encoding/decoding. In: HALL, S et al. (Eds). Culture, Media, Language. London: Routledge, 1980.

238 JENSEN, 2010.

239 JENSEN, 2010, p. 89. Tradução minha: “Os textos são manifestações momentâneas de uma textualidade em geral; textos seletivamente articulam uma herança cultural. A cultura pode ser entendida como o exemplo mais complexo de intertextualidade”.

240 JENSEN, 2010, p. 91. Tradução minha: “[...] links tornam explícito, recuperável e modificável o que poderia ter permanecido como uma associação mais ou menos aleatória na mente de qualquer emissor ou receptor”.

241 CAMPANELLA, 2012.

242 Jensen (2010) compreende a intertextualidade, com base em Fisk (1987), como o modelo de como o significado textual é produzido e circula dentro de uma sociedade. Já o hipertexto é entendido por Jensen (2010) como a forma de se linkar os elementos de uma mensagem de uma comunicação mediada por computador. O link é considerado pelo autor como uma intertextualidade operacionalizada.

243 TORET, J. Una mirada tecnopolítica sobre los primeros días del #15M. In: Comunicación y Sociedad Civil. 2012. Disponível em: <http://civilsc.net/node/14>. Acesso em: 15 dez. 2016.

244 JENKINS, 2006; 2008.

245 SANTAELLA, 2004.

246 JENSEN, 2010.

247 MALINI; ANTOUN, 2013, p. 177.

248 KOLODZY, J. Convergence Explained. Playing Catch-up with News Consumers. In: GRANT, A. E.; WILKINSON, J. S. (Eds.). Understanding Media Convergence: the state of the field. New York: Oxford University Press, 2009. p. 31-51.

249 POOL, 1983.

250 JENKINS, 2008.

251 KOLODZY, 2009.

252 KOLODZY, 2009.

253 LEÃO, L. O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005.

254 PALACIOS, M. Jornalismo Online, Informação e Memória: apontamentos para debate. Revista PJ: BR Jornalismo Brasileiro, edição 4, 2º semestre de 2004. Disponível em: http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm. Acesso em: 15 dez. 2016.

255 LÉVY, 1993.

256 PAVLIK, John V.; MCINTOSH, Shawn. Converging Media. New York: Oxford University Press, 2011.

257 CASTELLS, 2003.

258 CASTELLS, 2003.

259 JENSEN, 2010.

260 JENKINS, 2006; 2008.

261 JENSEN, 2010.

262 Burgess e Green (2009), em uma publicação sobre o YouTube, detalham esse tipo de produção. BURGESS, J.; GREEN, J. YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a

sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

263 MONTAÑO, Sonia; KILPP, Suzana. Trânsitos e Conectividades na Web: uma ecologia audiovisual. Trabalho apresentado ao GP Ciberultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1760-1.pdf>>. Acesso em:

264 CASTELLS, 2003.

265 CASTELLS, 2003.

266 Incursões empíricas para compreender algumas práticas jornalísticas do Mídia Ninja ilustram situações em que as categorias até aqui discutidas são subaproveitadas. Para mais sobre o tema verificar: AQUINO BITTENCOURT, M. C. Narrativas Coletivas? Midiatização do Ativismo no Mídia Ninja e no RioNaRua. Interin (UTP), v. 19, p. 86-102, 2015. Disponível em: <http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/342>. Acesso em: 15 dez. 2016. AQUINO BITTENCOURT, M. C. Em tempos de midiatização do ativismo: repensando características da narrativa jornalística digital através da apropriação do Medium pelo Mídia Ninja. Animus (Online), Santa Maria, v. 15, p. 163-183, 2016a. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/16199>. Acesso em: 15 dez. 2016.

267 O uso do termo armazenamento nessa categoria é feito englobando questões relacionadas à organização e a recuperação das informações no ambiente digital, de modo que a palavra memória também é utilizada ao longo do texto para indicar apontamentos sobre as formas como as informações podem ser registradas, organizadas e recuperadas no ambiente digital.

268 A maneira pela qual o Google, e outros sites como o Facebook, por exemplo, organizam e tornam visíveis informações é objeto de discussão pela maneira como funcional os algoritmos de organização das informações. Pariser (2012) discute a questão com propriedade, apontando consequências relevantes sobre o acesso ao conhecimento por meio das redes.

269 IZQUIERDO, I. Questões sobre memória. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

270 RÖSNAY, J. Memória em rede e intercriatividade. In: CASALEGNO, F

(Org.). Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

271 RÖSNAY, 2006.

272 RÖSNAY, 2006, p. 45.

273 PARISER, E. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

274 BOURDIEU, P. A dominação masculina. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

275 RECUERO, R.; SOARES, P. Violência simbólica e redes sociais no facebook: o caso da fanpage “Diva Depressão”. Galaxia (online), São Paulo, n. 26, p. 239-254, dez. 2013.

276 Trolls é como são chamadas pessoas que perturbam uma comunidade virtual, postando mensagens negativas ou fora de contexto.

277 ZAGO, G. Trolls e jornalismo no Twitter. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 9, n. 1, jan.-jun. 2012. DOI 10.5007/1984-6924.2012v9n1p150.

278 MITCHELL, W. J. Lugares, arquiteturas e memórias. In: CASALEGNO, F (Org.), 2006.

279 KERCKHOVE, D. O nascimento de uma nova física comunitária e as memória conectivas. In: CASALEGNO, F (Org.), 2006.

280 JENKINS, 2006; 2008.

281 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.

282 KERCKHOVE, 2006.

283 LÉVY, P. A memória como processo no tempo presente. In: CASALEGNO, F (Org.), 2006. p. 272.

284 Fonte:

<http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/natacao/noticia/2016/08/apos-ter->

postagens-antigas-criticadas-joanna-maranhao-pede-desculpas.htm

285 [RECUERO; ZAGO, 2010; MALINI, 2010; MALINI; ANTOUN, 2013.](#)

286 [RÖSNAY, 2006.](#)

287 [MITCHELL, 2006.](#)

288 [LE MOS, A. Cibercultura e mobilidade. A era da conexão. Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Comunicação e da Informação, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Intercom. Porto Alegre, 2004. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2016. . p. 3.](#)

289 [Fernando Firmino da Silva é outra referência brasileira importante para pensar a mobilidade da comunicação, com foco no jornalismo. A produção do autor é extensa e reflete sobre o jornalismo móvel como uma das práticas que mais vem crescendo no Brasil e no mundo, mostrando como formatos e dinâmicas jornalísticos são transformados a partir do desenvolvimento das tecnologias digitais.](#)

290 [LE MOS, A.; JOSGRILBERG, F. \(Orgs.\) Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: Edufba, 2009.](#)

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

292 [MONTAÑO, S.; KILPP, S. Trânsitos e Conectividades na Web: uma ecologia audiovisual. Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1760-1.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2016.](#)

293 LEMOS, 2004.

294 Segundo dados da Anatel, o Brasil fechou o mês de outubro de 2016 com 247.461.510 linhas móveis em operação. Fonte: <http://www.anatel.gov.br/dados/component/content/article?id=283>

295 PELLANDA, E. C. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS; JOSGRILBERG, (Orgs.)2009.

296 PELLANDA, 2009.

297 SILVA, F. F. (Org.). Transmutações no Jornalismo. Campina Grande: Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2016. Disponível em: www.uepb.edu.br/download/ebooks/Transmutacoes-no-Jornalismo.pdf. Acesso em:

298 MONTAÑO; KILPP, 2011.

299 HENRIQUES, S. M. G. Etnografia móvel: uma proposta metodológica para os estudos da mobilidade na comunicação. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/8765>. Acesso em:15 dez. 2016.

300 SILVA, F. F. da. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In: LEMOS; JOSGRILBERG (Orgs.), 2009.

301 PELLANDA, E. Nomadismo em espaços sociais: uma discussão sobre as novas formas de interações potencializadas pela mobilidade da informação. Trabalho apresentado ao NP tecnologias da Informação e da Comunicação do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Universidade de Brasília. Brasília, 2006. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/20230>>. Acesso em:

302 MONTERDE, A.; J. POSTILL. Mobile ensembles: The uses of mobile phones for social protest by Spain's indignados. In: GOGGIN, G.; HJORTH, L. Routledge Companion to Mobile Media. 2013. Disponível em: <http://civilsc.net/node/47>. Acesso em:15 dez. 2016.

[303 PELLANDA, 2006.](#)

[304 MONTERDE; POSTILL, 2013.](#)

[305 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.](#)

[306 BRUNO, 2004.](#)

[307 THOMPSON, 2008.](#)

[308 THOMPSON, J. B. A nova visibilidade. Matrizes, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ECA/USP, São Paulo, ano 1, n. 2, p. 15-38, jan.-jun. 2008.](#)

[309 THOMPSON, 2008, p. 23.](#)

[310 RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.](#)

[311 RECUERO, 2009.](#)

[312 RECUERO, 2009, p. 108.](#)

[313 AQUINO BITTENCOURT, M. C. Convergência Midiática: a problematização do conceito no âmbito da comunicação digital. Opinião \(ULBRA\), v. 1, p. 3-16, 2010.](#)

[314 Figura concebida em 2012, em conjunto com os membros do Núcleo de Pesquisa Recepção e Cultura Midiática da UFRGS, coordenado pela professora doutora Nilda Jacks.](#)

[315 THOMPSON, 2008.](#)

[316 RECUERO, 2009.](#)

[317 LEMOS, 2002.](#)

[318 LOBATO, L. L Avaliação dos Mecanismos de Privacidade e Personalização na Web. 2007. Dissertação \(Mestrado em Ciência da Computação\) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação, Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia, Universidade Federal de São Carlos.Disponível em: <http://www.posemcomunicacaodigital.com.br/wp->](#)

[content/files/biblioteca/2161.pdf. Acesso em:15 dez. 2016.](#)

[319 PARISER, 2012.](#)

[320 JENKINS, 2006; 2008.](#)

[321 JENKINS, 2008, p. 95.](#)

[322 ANDERSON, 2006.](#)

[323 Cauda Longa, do inglês long tail, é um termo utilizado pela estatística para identificar distribuições de dados classificados de forma decrescente.](#)

[324 ANDERSON, 2006.](#)

[325 PAVLIK; MCINTOSH, 2011.](#)

[326 JOHNSON, S. Emergência. A dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.](#)

[327 ANDERSON, 2006.](#)

[328 PAVLIK; MACINTOSH, 2011.](#)

[329 PARISER, 2012.](#)

[330 SAAD, E.; BERTOCCHI, D. O algoritmo curador: o papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cibercultura, do XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012. Disponível em: <http://goo.gl/5Ttr04>. Acesso em:15 dez. 2016.](#)

[331 A personalização por meio dos filtros que funcionam pelos algoritmos de sites de redes sociais e buscadores \(PARISER, 2012\) vai de encontro aos objetivos de visibilidade de coletivos midiáticos. Em artigo sobre o tema, discorro sobre o impacto dos filtros do Facebook nesses grupos. AQUINO BITTENCOURT, M. C. Midiatização do Ativismo e Jornalismo Digital: o impacto dos filtros do Facebook nos processos de produção e circulação de conteúdos de coletivos midiáticos. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación Online, v. 12, p. 122-133, 2016b. Disponível em:](#)

<http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/634>. Acesso em: 15 dez. 2016.

[332 AQUINO, 2010.](#)

[333 JENKINS, 2006; 2008.](#)

[334 JENKINS; GREEN; FORD, 2013.](#)