



As Narrativas Cross e Transmídia e as Características do Webjornalismo no Globo Esporte¹

Allysson Viana MARTINS²

Thiago SOARES³

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA.

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

RESUMO

O objetivo do estudo é verificar de que forma a cross e a transmídia – da área do marketing e do entretenimento, respectivamente – são apropriadas no jornalismo. Além de essas narrativas tornarem o consumo mais complexo, as características do webjornalismo, como convergência, memória e hipermídia, devem trazer novidades para esse processo. Escolhemos o Globo Esporte (programa televisivo, site e portal) como nosso objeto, pois, entre outros motivos, ele é diário e trabalha com só uma editoria, facilitando, em nossa visão, desdobramentos de um assunto em vários espaços, tendo em vista que seu leitor – quase um perito e fã – tende a acompanhar o desenrolar das notícias e reportagens. Em momentos de finalização, todavia, percebemos que essa hipótese não conseguiu se sustentar do modo como pensávamos.

PALAVRAS-CHAVE: Crossmídia; Transmídia; Webjornalismo; Construção de notícia.

INTRODUÇÃO

Na web, algumas características do jornalismo são potencializadas e outras totalmente modificadas (PALACIOS, 2003). Em nossa pesquisa, trabalhamos três dessas especificidades – convergência, memória e hipermídia –, bem como com narrativas – crossmídia e transmídia – potencializadas graças às facilidades da internet. Como esses conceitos possibilitam novas maneiras de construção noticiosa, buscamos entendê-los à luz dos ensejos do Globo Esporte, que desembocam em três experiências inter-relacionadas: programa televisivo, site⁴ e portal⁵. Cumpre explicitar que o portal Globo Esporte aglutina conteúdos noticiosos de outros dispositivos da Rede Globo (jornal impresso, revista, rádio e TV) e produz material inédito, além de trazer notícias advindas de diversas agências ao redor do mundo. O site Globo Esporte, enquanto isso, é exclusivo para conteúdos relacionados ao programa televisivo.

A opção do Globo Esporte como objeto desta pesquisa se deve ao fato de acreditarmos que a convergência, a memória e a hipermídia, bem como as narrativas trans e crossmidiáticas, são percebidas de forma mais expressivas nos espaços do Globo Esporte do

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Orientado por Marcos Palacios e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL), email: allyssonviana@gmail.com.

³ Orientador da pesquisa. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Email: thikos@gmail.com.

⁴ Endereço do site Globo Esporte: <<http://globoesporte.globo.com/programas/globo-esporte/>>.

⁵ Endereço do portal Globo Esporte: <<http://globoesporte.globo.com/>>.



que em outros programas jornalísticos, sobretudo os que abordam diversas editorias. Como o programa televisivo e os endereços online são para um público segmentado, há exigência de matérias com informações mais específicas e complexas. Desta forma, os conteúdos do portal e do site tendem a interligar mais assuntos – por meio da linguagem hipermidiática e da memória – do que os disponibilizados em sites e portais sem editoria específica. Embora pudéssemos ter escolhido outro programa televisivo de esporte, como o Esporte Espetacular, isso não foi feito por acharmos interessante estudar um jornal diário, no qual podemos compreender como a convergência e as narrativas cross e transmidiáticas proporcionam novas lógicas para jornais que dispõem de um tempo mais curto para a estruturação da notícia.

Sustentamos que o modo como o Globo Esporte organiza sua linguagem na internet, interagindo com o conteúdo da televisão, possa vir a ser exemplo para os outros jornais diários, sobretudo os que não tratam de uma editoria específica, pois estes parecem andar a passos mais lentos do que os esportivos. Provavelmente, isso se deve ao fato de que o consumidor de programas esportivos é mais especializado, devido à experiência de fã, acompanhando determinada temática, em nosso caso, o esporte, podendo até ser mais específico com as rubricas futebol, vôlei, natação etc. Por conseguinte, tendo em vista essa relação com um público de quase peritos, os produtos tendem a ser realizados com técnicas, enfoques e rotinas diferentes.

CONVERGÊNCIA, HIPERMÍDIA E MEMÓRIA

Em sentido amplo, convergência se refere à aglutinação, no entanto, isso não esclarece o sentido aplicado à palavra, tendo em vista que essa junção pode acontecer em diversos sentidos, dependendo da intenção e do contexto de quem usa a expressão.

Para os pesquisadores Antikainen et al. (2004, p.8), “convergência pode ser percebida nos conteúdos, nos dispositivos terminais e nos sistemas de rede”⁶. Na comunicação, costuma-se falar da convergência como sinônimo da convergência de formato (PALACIOS, 2002, 2003; MIELNICZUK, 2003), o mesmo que multimídia. Outro tipo de convergência é a de terminais (ABREU e BRANCO, 1999), que reúne as funções de vários meios de comunicação em apenas uma ferramenta. Contudo, o teórico Henry Jenkins (2008, p. 27-28) vai de encontro à ideia de a convergência “ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos”, pois, embora isso ocorra, “não haverá uma *caixa preta* que controlará o fluxo midiático para dentro de

⁶ T.N.: “Convergence can be seen in contents, terminal devices and networking systems”.



nossas casas” (2008, p. 41). Por fim, encontramos mais uma convergência trabalhada em nossa área, a de conteúdo, sobre a qual nos debruçamos e damos maior ênfase. Ela tem a ver com a transposição de arquivos de um meio para outro – ainda que o formato possa mudar (como veremos). Essa convergência permite que a memória advenha de outro meio e possa ser até anterior a criação da web, como pode ser observado no portal Globo Esporte e em site de grandes jornais como *La Vanguardia*, *Folha*, *El País*, *Guardian* etc.

A hipermídia – ou hipertexto – se refere a um espaço que interliga textos⁷ por meio de elos associativos (nós) que promovem uma navegação não-linear (ou alinear), descentralizada e rizomática (FERRARI, 2007; LEMOS, 2007; SANTAELLA, 2003 e 2007). Através do hiperlink, podemos “interligar qualquer ‘documento’ (arquivo) da web, sejam estes animações, vídeos, sons, gráficos, fotos ou páginas HTML (virtuais)” (MARANGONI, PEREIRA e SILVA *apud* PINHO, 2003, p. 146). Contudo, Ferrari percebe que o hipertexto nos traz “mais – e apenas mais, pois não são ilimitadas e há, de toda forma, uma pré-definição de fontes, imagens, textos – possibilidades de entendimento de um tema” (FERRARI, 2007, p. 143). Não devemos esquecer que eles são pré-determinados, uma espécie de roteiro que sinaliza “as rotas de navegação do usuário” (SANTAELLA, 2003, p. 95).

Nessa narrativa hipermediática uma diferenciação se faz necessária: a de intratextualidade e intertextualidade. A intratextualidade “refere-se às ligações internas estabelecidas entre léxias dentro do mesmo sistema ou site”, enquanto a intertextualidade ocorre “quando estas conexões referem-se a sites distintos” (LANDOW *apud* BATISTA, 2009, p. 235). Neste momento, entra em perspectiva a intenção do portal ou site. Caso a intenção seja construir um discurso de autorreferencialidade, serão percebidos os intratextos; se quiser ampliar o contexto para seu leitor, mesmo que para isso indique hiperlinks de sites e portais de outras empresas, observaremos os intertextos.

Cumpramos esclarecer que o uso da memória no jornalismo não é específico da web, mas é nesse meio que ela é armazenada e utilizada mais fácil e rapidamente. Podemos observar em outros veículos a memória sendo usada: na TV, com vídeos de matérias antigas; no jornal, com a reutilização de fotos produzidas para outras notícias, entre diversos outros exemplos. Contudo, na web, a memória é potencializada, devido à facilidade, ao barateamento e à simultaneidade da veiculação do conteúdo com o armazenamento. Além disso, existe a

⁷ Há quem acredite que hipertexto se refere apenas ao que é escrito, enquanto hipermídia (ver NEGROPONTE *apud* BATISTA, 2009) abrangeria para os outros formatos midiáticos (vídeo, imagem, som, infográfico etc.). Todavia, outros autores defendem que os termos são sinônimos, pois texto tem um sentido mais amplo que não somente o de escrita (ver FERRARI, 2007; LANDOW *apud* NUNES, 2009; LEMOS, 2007; MOUILLAUD, 2002; PALACIOS, 2002 e 2003; PINHO, 2003).



possibilidade de rápida inter-relação, através de links ou mesmo de uma reveiculação (ou republicação), bem como da procura por meio de sistemas de buscas e *tags*.

Como essa memória da web é múltipla, instantânea e cumulativa (PALACIOS, 2002, 2003), a qualquer momento pode reaparecer, rompendo com a ideia de uma memória estática. O espaço virtualmente ilimitado possibilita a disponibilização de uma memória anterior até a criação da web, defende Palacios (2002, 2003) e como já apontamos, por meio da convergência. Como ela pode ser resgatada facilmente (FIDALGO, 2004; NOGUEIRA *apud* CANAVILHAS, 2004), é importante pensar como essa memória da web valoriza o jornalismo através da contextualização (CANAVILHAS, 2004). Beatriz Ribas (*apud* PALACIOS, 2008, p. 95) observa que a memória já é “crescentemente incorporada ao fazer jornalístico na Web, seja como recurso de contextualização/ampliação do material noticioso diário, seja em ‘especiais’ e reportagens em profundidade”.

NARRATIVA CROSSMIDIÁTICA OU CRUZAMENTO DE MÍDIA

Para a narrativa crossmidiática existir, não se necessita exclusivamente da web, contudo, foi neste meio que os cruzamentos de mídia começaram a ser mais percebidos. Em um de seus relatórios, Boumans (*apud* CORREIA e FILGUEIRAS, 2008, p. 3) defende que a mídia cruzada surgiu aproximadamente no final dos anos 90, através da criação do programa televisivo *Big Brother*, na Holanda. Na ocasião, a interação entre mídia televisiva e web ganhou mais evidência, sobretudo no contexto da crossmídia, haja vista que o programa guiava a audiência para web, a fim de que o sujeito interagisse e depois voltasse à TV e assistisse ao programa. No Brasil, o primeiro caso de cruzamento de mídia sem a necessidade explícita da internet é proporcionado pela Globo Filmes, segundo a pesquisadora Luiza Lusvarghi. De acordo com a estudiosa, o filme *Antonia* conseguiu articular esse cruzamento através do filme e do seriado. Ainda assim, Lusvarghi explica que o *Big Brother* brasileiro já fazia “amplo uso dessa ferramenta de marketing” (2007, p. 2), porém, realizando o cruzamento entre TV e web, semelhante ao que ocorreu na Holanda.

Embora o cruzamento midiático não tenha surgido com a web, sobretudo na interação com a TV, não podemos negar o fato de que foi com esses dois meios de comunicação que a crossmídia ganhou mais evidência. Os pesquisadores Antikainen et al. (2004) afirmam que as primeiras experiências de crossmídia que evidenciaram foi entre TV, internet e telefonia móvel, através de SMS (serviço de mensagem curta, em inglês “short message service”).

O conceito de crossmídia surgiu na área da publicidade e do marketing, através da “possibilidade de uma mesma campanha, empresa ou produto utilizar simultaneamente diferentes tipos de mídia: impressa, TV, rádio e Internet” (LUSVARGHI, 2007, p. 2). Contudo, esse uso não acontece veiculando o mesmo conteúdo em outro meio, isso seria convergência. Segundo Celia Quico, “define-se *Cross-Media* como um produto e/ou serviço interativo que envolve mais do que um *medium*” (QUICO, 2004, p. 2). Se entendermos interativo como indicação ou guia de um meio para outro, esse conceito de crossmídia é compartilhado pela pesquisadora Monique de Haas, afirmando que “a narrativa direciona o receptor de uma mídia para a seguinte” (*apud* CORREIA E FILGUEIRAS, 2008, p. 4).

Os autores Antikainen et al. explicam sua existência, exemplificando que “crossmídia é usada para enviar alerta a um terminal (telefone móvel) e então conectar um outro terminal (o computador e a Internet) para se registrar alertas e se juntar mais informações do tema”⁸ (2004, p. 30). Em certo momento, a brasileira Lucia Filgueiras (*apud* CORREIA E FILGUEIRAS, 2008, p. 5) pensa de modo semelhante: “crossmídia é o meio de suporte de múltipla colaboração utilizado para liberar uma simples história, ou tema, na qual a narrativa direciona o público de um meio para outro, utilizando a força de cada meio para dialogar”⁹.

A crossmídia é tratada de maneira confusa, como equivalente à convergência (ANTIKAINEN et al., 2004; CORREIA E FILGUEIRAS, 2008) ou à transmídia (CORREIA E FILGUEIRAS, 2008; DENA, 2004; MÉDOLA, 2009). Em nossa concepção, na narrativa crossmidiática, a intenção não é expandir o conteúdo, mas promovê-lo. O diálogo principal não é com o assunto, com a temática ou com o contexto, mas com a mídia. De acordo com a pesquisadora Monique de Haas, “comunicação crossmídia é a comunicação onde a narrativa direciona o receptor de um meio para o próximo”¹⁰ (*apud* CORREIA E FILGUEIRAS, 2008, p. 4). Cumpre explicar que Antikainen et al. (2004) também usam a expressão “cross media communication” para referir-se à crossmídia no jornalismo, haja vista que “a base do conceito de mídia cruzada tem origem na área de publicidade e evoluiu para outras áreas conforme a necessidade dos diferentes autores em aproveitá-lo” (DE HASS *apud* CORREIA e FILGUEIRAS, 2008, p. 14).

Embora não tenha nascido na área jornalística, observamos que pesquisadores desta área se valem do conceito por meio da nomenclatura “cross media communication”. A crossmídia no jornalismo pode ser observada quando se guia o espectador de um meio para

⁸ T.N.: “Cross media is used to get alert on one terminal (mobile phone) and then log on to another terminal (PC and the Internet) to follow up alerts and gather more information of the subject”.

⁹ T.N.: “Crossmedia is the collaborative support of multiple media to delivering a single story or theme, in which the storyline directs the receiver from one medium to the next, according to each medium’s strength to the dialogue”.

¹⁰ T.N.: “Cross media communication is communication where the storyline will direct the receiver from one medium to the next”.



outro, por motivo: de convergência (acessar numa mídia reportagens expostas inicialmente em outra); de transmídia (quando se é direcionado para outro meio para acessar o desdobramento de determinada temática); de propaganda ou de marketing (no jornalismo, em caso de campanhas e projetos, por exemplo); entre outras razões que surjam.

NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA OU AMPLIAÇÃO DE TEMA

A narrativa transmidiática tem seu surgimento mais preciso do que a crossmídia. O pesquisador Henry Jenkins (2008) deu nome a algo que já acontecia, mas que não havia sido estudado sistematicamente. Da área do entretenimento, “a narrativa transmidiática refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento” (JENKINS, 2008, p. 47). Para ser mais explícito, na transmídia o consumidor segue os desdobramentos de uma temática por meio de várias mídias.

Como no âmbito do entretenimento o *fã* ganha ênfase, é nesta área que a transmídia se torna mais evidente, haja vista que uma franquia possui desdobramentos principalmente em jogos eletrônicos e filmes. Numa narrativa transmidiática, o jogo traz elementos que ajudam a complementar as brechas deixadas no filme, ou o inverso. “Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor” (JENKINS, 2008, p. 135). Todavia, um produto transmídia permite que um espectador não *fã* o consuma, ou seja, “cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo” (JENKINS, 2008, p. 135). Se um meio não trouxer complemento para o produto de outra mídia, não há narrativa transmídia, pois não há ampliação do tema ou assunto. Isso ocorre, por exemplo, quando

Hollywood age como se tivesse apenas de proporcionar mais do mesmo, imprimindo um logotipo de Jornada nas Estrelas [Star Trek] (1966) em um monte de bugigangas. Na realidade, o público quer que o novo trabalho ofereça novos *insights* e novas experiências (JENKINS, 2008, p. 146).

Se pensarmos no conceito de transmídia como ampliação, desdobramento ou mesmo complementação de um assunto, esse estilo de narrativa se enquadra no âmbito jornalístico. Diferentemente da crossmídia, que ensaia estudos no jornalismo, a transmídia não recebe o



mesmo destaque na área¹¹. Embora a web não seja primordial para a transmídia, ela parece ganhar mais evidência neste meio. Com as novas configurações da web, entra em cena um espaço maior para publicação e longe das amarras temporais, como o fechamento¹². Por conseguinte, uma matéria publicada em um meio pode ganhar contornos e desdobramentos em outros. Quando um conteúdo transposto traz hiperlinks para matérias mais antigas, esse fenômeno se perfaz como narrativa transmidiática, pois há uma ampliação da temática inicialmente abordada em outro meio. Ainda assim, esses desdobramentos podem ocorrer de maneira mais tácita, sem a publicidade do meio (crossmídia) e sem a característica da convergência.

O GLOBO ESPORTE E AS ESTRATÉGIAS JORNALÍSTICAS

O programa televisivo Globo Esporte¹³ é veiculado de segunda a sábado às 12h45 na TV Globo, com 30 minutos de duração. Além das edições locais, apresentadas antes da nacional, existem mais duas versões “principais” do Globo Esporte. A versão nacional, apresentada por Glenda Kozlowski, é gravada no Rio de Janeiro. O estado de São Paulo tem uma edição própria comandada pelo jornalista Thiago Leifert. E parte do estado de Minas Gerais tem seu programa realizado em Belo Horizonte, apresentado pela jornalista Letícia Renna. Neste trabalho, sempre nos referimos ao programa Globo Esporte em sua versão nacional. O site é o local para onde convergem as matérias do programa de TV, enquanto o portal produz conteúdos próprios, além do espaço de convergência de todos os programas esportivos da Rede Globo, independentemente da mídia.

Para identificar o diálogo entre os conteúdos do programa Globo Esporte com os do portal e do site, focalizamos nosso estudo na primeira semana da Copa do Mundo. Como o primeiro jogo era na sexta (11/06/2010) e o programa televisivo é veiculado de segunda a sábado, acreditávamos que as matérias do início da semana poderiam ser fundamentais para ensejos de ampliação e de interação entre TV e internet. Todavia, no primeiro dia de análise, o programa não foi exibido devido a um jogo amistoso feito pela seleção brasileira de futebol no horário em que o programa seria veiculado. Já no penúltimo dia de seleção do corpus não houve exibição do Globo Esporte graças ao início da Copa. A propósito, o programa ficou suspenso em todos os dias em que havia as partidas do torneio. Ainda assim, o material do

¹¹ Sobre transmídia e crossmídia no jornalismo, ver nossos trabalhos: Martins (2011); Aguiar e Martins (2010).

¹² Em jargão jornalístico, fechamento se refere à hora final que um veículo deve reunir as matérias para começar a pensar como melhor organizá-las para publicação.

¹³ Cumpre ressaltar que esses dados são da época de análise: junho de 2010. Em 2011, o Globo Esporte nacional foi dissolvido e restam apenas as versões locais, que veiculam algumas matérias de âmbito nacional.



site e do portal foram recolhidos no primeiro dia e no penúltimo, correspondendo apenas a um dia antes e um dia depois da não exibição do Globo Esporte, logo, sendo excluído o sábado.

Outra surpresa ocorreu no último dia de exibição (10/06/2010) do Globo Esporte, antes do recesso para o início da Copa do Mundo. Nesta data, os blocos tiveram a duração bastante modificada, ainda que o programa tenha mantido seu tamanho normal. Sempre com três blocos, o programa tem o primeiro e o último com 6 minutos em média e o segundo com aproximadamente 10 minutos. No último dia, o primeiro bloco possuiu mais de 12 minutos, o segundo pouco mais de 7 minutos e o bloco final teve apenas 3 minutos.

Como é praticamente impossível verificar todas as notícias surgidas no portal durante a época selecionada, escolhemos horários específicos nos quais nos detivemos às análises dos conteúdos expostos na primeira página do portal e do site, verificando a relação delas com o que foi produzido para o programa televisivo Globo Esporte. Os horários foram delineados tendo em vista a hora de veiculação do Globo Esporte, a iminência da Copa do Mundo e a hora dos jogos deste torneio. Por conseguinte, nos cinco dias de análise, a página inicial do portal e do site foi observada às 8h, 10h, 12h, 14h e 18h. Contudo, nos dois últimos dias, a última visita as páginas iniciais aconteceu, respectivamente, às 20h e às 21h, não às 18h, devido a alguns contratemplos que tivemos durante o Intercom Nordeste 2010, congresso do qual participamos e que ocorreu contemporâneo à análise.

Embora existisse distância no horário em que analisamos as páginas iniciais, às vezes não existiam muitas mudanças. A página do site, a propósito, atualiza apenas quando o programa televisivo Globo Esporte é exibido, servindo somente como espaço para convergência. E o horário em que observávamos mudanças era a partir das 18h, tendo em vista que até as 14 horas as matérias veiculadas eram do programa do dia anterior. Por conseguinte, enquanto o programa não é exibido, o site permanece parado, como nos domingos e nos dias dos jogos da Copa, além dos amistosos da seleção que aconteciam no momento em que o programa devia ser exibido.

No primeiro dia (07/06/2010), apesar de termos examinado várias matérias na página inicial do portal, consideramos que apenas nove delas se utilizaram da narrativa transmidiática, em relação ao que foi veiculado na TV, nos dias selecionados. O segundo dia (08/06/2010) teve 14 produtos como ampliação e o terceiro (09/06/2010) possuiu o maior número: 24 conteúdos. O penúltimo dia (10/06/2010) contou com 18 materiais com transmídia. Por fim, no quinto dia (11/06/2010) observamos o desdobramento em 10 notícias. Por conseguinte, nos cinco dias estudados percebemos a narrativa transmidiática em 75 dos



produtos no portal, em relação ao que foi exibido nos três dias do programa televisivo que pesquisamos.

Como o portal e o programa da TV são especialistas em esporte e com a iminência da Copa do Mundo de 2010, é claro que existiria grande incidência de matérias relacionadas ao torneio. Todavia, não é porque o portal fala de Diego Maradona como técnico da seleção argentina de futebol e o programa televisivo mostra como foi o treino da equipe que consideramos isso transmídia, pois não houve relação nem implícita nem explícita entre nada dentro das notícias. Consideramos esse fato apenas uma coincidência, graças ao número excessivo de cobertura de assuntos da Copa do Mundo na África do Sul.

Ainda que a transmídia do programa televisivo para o portal, na época estudada, não tenha acontecido de maneira explícita – não existem links nos materiais convergidos para o site e nem há crossmídia –, em outros momentos isso não é tão difícil de ser vislumbrado. Contudo, menos rotineiro é o inverso ocorrer, isto é, uma matéria do portal ter ampliação do assunto no programa televisivo e ser informado, neste meio, que a abordagem se iniciou na internet. Quando ocorre, o programa de TV informa que aquele conteúdo é um desdobramento de uma matéria do portal, enquanto este não se preocupa em guiar o espectador, mesmo podendo atualizar a página a qualquer momento. Nos dias pesquisados, a crossmídia não foi percebida em instante algum, seja por causa da ampliação do assunto abordado (transmídia) ou para informar ao espectador que todo o programa é convergido todos os dias para seu site homônimo. Notamos em alguns momentos, fora dos dias que selecionamos para análise, que esta narrativa é utilizada. Em 20 de julho, por exemplo, observamos a narrativa crossmidiática da web para a TV (uma das mais difíceis de acontecer) aliada à transmídia.

Outra forma de tornar explícita a interação entre os materiais da TV e do portal também não foi percebida: hiperlinks em materiais convergidos. A utilização de hiperlinks é comum nas matérias do portal Globo Esporte, no entanto, quando havia conteúdo convergido, sobretudo acrescido de novas informações (transmídia), não observamos a hipermídia em nenhum dos produtos. Dos 75 conteúdos transmidiáticos que consideramos nos dias analisados, apenas nove trouxeram links. Todavia, a maioria dessas matérias com a narrativa hipermidiática não dispunha de apenas uma interconexão por link, ou seja, quando observamos o hipertexto, ele vem acompanhado de mais de um caminho indicado. No site, onde todo o conteúdo do programa é convergido, ao invés de colocarem links para matérias relacionadas, existem apenas *tags* – que são palavras-chaves com links que direcionam para uma lista de conteúdos contendo essas mesmas expressões-ganchos. A palavra deriva do



inglês e significa “etiqueta”. As *tags* são chamadas também de marcadores e servem para classificar um conteúdo e facilitar que os usuários o acessem. Elas são ferramentas bastante utilizadas e popularizadas em blogs, não em portais e sites.

No tocante à convergência, essa característica do webjornalismo por si só acontece. Todo o programa televisivo Globo Esporte é transposto para seu site na web. Na página inicial, observamos um link que nos direciona para ver o programa na íntegra, mas também existe a possibilidade de assistirmos somente às matérias que nos são de interesse, por meio de uma organização que o site faz a cada nova edição. No site, todo o programa é convergido na íntegra e ainda matéria por matéria, sendo estas espalhadas na página principal enquanto um único link para o todo transposto está sempre no mesmo local.

Na época de análise, só havia convergência da versão nacional do programa televisivo Globo Esporte para o site. Entretanto, atualmente, a versão de São Paulo do Globo Esporte é posta na íntegra, ao lado da íntegra da versão nacional. Ainda assim, as outras partes do site são destinadas apenas às matérias de Globo Esporte em rede, isto é, que é veiculado para todo o Brasil. Provavelmente, a versão paulista do programa está sendo colocada na página principal por causa de seu apresentador, Thiago Leifert, que ganhou prestígio e reconhecimento em todo o Brasil ao conduzir o programa Central da Copa¹⁴. Ainda que todo o programa seja transposto, apostamos que isso é feito mais para preservação do material do que para elevação comunicativa. Isso pode ser percebido porque, no site, as matérias convergidas, bem como a edição num todo, não recebem links para conteúdos afins, que lhe proporcionariam uma narrativa transmidiática, isto é, uma ampliação e desdobramento do tema abordado. Além do mais, das 75 matérias que consideramos transmidiáticas, só 12 trouxeram conteúdo convergido, sendo todos de meios televisivos da Rede Globo.

Diferentemente da convergência feita do programa televisivo Globo Esporte para seu site, o Jornal Hoje, em grande parte das vezes, procura disponibilizar todas as matérias no formato original (em vídeo) e ainda em texto. Ainda que este formato possua algumas características e estilísticas próprias, distinto da linguagem audiovisual, não podemos dizer que ocorre transmídia, pois o conteúdo do texto traz a mesma informação do vídeo. No site do Jornal Hoje, existe espaço para matérias próprias e inéditas, bem como para os últimos materiais veiculados pelo portal G1. Em contrapartida, o site do Globo Esporte nunca traz matérias novas e nem disponibiliza as veiculadas pelo portal homônimo, tal ação é destinada apenas ao portal.

¹⁴ Central da Copa foi um programa de horário fluido exibido durante a Copa do Mundo de futebol de 2010, e, de certa maneira, substituiu o Globo Esporte neste período – embora abordasse apenas assuntos relacionados ao futebol, especificamente à Copa, e não aos outros esportes, como o Globo Esporte.



Essa distinção existe possivelmente porque o Globo Esporte trata de apenas uma editoria (esporte), possuindo até um portal próprio para trabalhar com essa temática. Por outro lado, o Jornal Hoje é um telejornal, trabalhando com todas as editorias, inclusive esporte, embora seja por outros vieses: aspectos econômicos (como a Copa do Mundo gerando empregos diretos ou indiretos no Brasil, em 2014), sociais (a cultura da África do Sul, sob perspectiva de uma Copa do Mundo de futebol), políticos (relação da CBF ou dos dirigentes com os técnicos) etc. Além do mais, existe o portal G1, que trabalha com todas as outras editorias (afora esporte, pois esta é destinada ao portal Globo Esporte). Por conseguinte, fica difícil de manter um diálogo entre o portal G1 e todos os jornais da Rede Globo que têm um site e fazem seu conteúdo convergir. A Rede Globo possui site para seus produtos em jornais impressos, revistas, programas radiofônicos e televisivos.

No site Globo Esporte, seria mais fácil manter um inter-relação com o portal, pois apenas uma editoria é trabalhada. Contudo, isso não acontece. A interação entre os conteúdos, em quase todos os casos, não é explícita, isto é, com crossmídia (quando a matéria está sendo veiculada no programa televisivo) ou hipermídia (quanto o conteúdo da TV é convergido para o site). Embora não seja transmídia, dá para perceber a interação do portal com os conteúdos do site (transpostos da TV) e com o próprio programa por meio do espaço para divulgação de três vídeos de programas esportivos dos canais (aberto ou a cabo) da Rede Globo, bem como lances de jogos exibidos nesses canais. Abaixo dos vídeos, há um link que direciona para mais vídeos do programa ou canal do qual o conteúdo foi transposto.

Ainda que o site informe que o programa da última edição convergiu totalmente, percebemos, ao menos nos dias de análise, que no processo de convergência são excluídas as chamadas ao final de cada bloco (exceção durante estudo: final do primeiro bloco em 09/06/2010). Possivelmente, os editores acreditam que um usuário se desloca por algo específico (não precisando saber o que vem adiante, quando colocamos para assistir à edição completa) ou pelo programa todo (não importando as notícias que seguirão). Assim, não precisam prender o espectador porque ele busca o conteúdo transposto, deslocando-se pela própria vontade e não por indicação, já que a narrativa crossmidiática é quase inexistente. Durante a época analisada, é nula.

Na Central da Copa, há a convergência – ainda que tenha ocorrido duas vezes neste programa – considerada pouco usual, de um conteúdo da web para a TV. Neste caso, foram vídeos realizados e disponibilizados no portal Globo Esporte e que acabaram sendo transpostos para o programa televisivo. Contudo, durante a apresentação dos vídeos no programa Globo Esporte, fica claro que essa convergência do portal para a TV só aconteceu



devido à diferença de horário de cinco horas entre África do Sul e Brasil. Em ambos os casos, o apresentador do programa Central da Copa, Tiago Leifert, entrevista o narrador Galvão Bueno. No primeiro momento, sobre um movimento que ganhou bastante popularidade na internet, sobretudo na rede social de microblog Twitter, o “Cala a Boca, Galvão!” e sobre a despedida de Galvão Bueno das coberturas da Copa do Mundo, que será em 2014 no Brasil, ou seja, o próximo torneio.

Por fim, pensando em mais uma das características do webjornalismo, percebemos que a multimídia (ou multimidialidade) é bastante recorrente, ao menos nos 75 materiais que consideramos transmidiáticos. Desses, 67 (89,3%) trazem texto e mais outro formato. A imagem é bastante recorrente, estando presente em 56 (74,7%) dos conteúdos analisados. Vídeo aparece em 18 (24%) matérias, sendo 12 convergidos e seis inéditos. Destes inéditos, percebemos que a metade é apenas captação (sem nenhuma edição ou preocupação em melhorar o vídeo), enquanto os outros três se dividem entre reportagem ou captação com algum recurso de edição, como acréscimo de trilha sonora.

Cabe salientar que examinamos se a notícia trazia vídeo, imagem etc., não levando em conta a quantidade em cada matéria. Portanto, embora apenas nove materiais tenham trazido links, em apenas uma matéria nós encontramos nove links, ou seja, o número individual seria muito maior. Como não haveria maneira de analisar a quantidade de texto que um produto possui, analisamos os outros formatos com a mesma lógica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apostávamos que a interação entre o programa televisivo com o portal e o site, todos nomeados Globo Esporte, acontecia de maneira mais pungente, proporcionando uma elevação na comunicação, por meio de novas experiências. Entretanto, no período estudado, a transmídia aconteceu não explicitamente, isto é, sem ligação por meio de hiperlink – no conteúdo que é convergido, no caso do Globo Esporte, todas as matérias – ou mesmo sem indicação de crossmídia na TV, no portal ou no site. A crossmídia, por sua vez, é lugar comum em dois dos telejornais da Rede Globo que acompanhamos com alguma frequência: Jornal Nacional e Jornal Hoje. No Globo Esporte, entretanto, é raro de acontecer.

Comum nos veículos da Rede Globo – tanto em um programa como o Globo Esporte quanto em telejornais como o Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo – é a convergência. Todavia, a interação de maneira explícita, por meio de links nos conteúdos transpostos, não é muito frequente. No Globo Esporte, só vemos essa utilização quando a



primeira página traz link abaixo dos vídeos. Como demonstrado, a linguagem hipermídia não é utilizada nos conteúdos do site – convergidos da TV – e no portal apenas na primeira página. Quando uma matéria tem desdobramentos no portal, trazendo, por exemplo, um vídeo de um programa esportivo da Rede Globo, o hiperlink também não é visto com assiduidade. Ainda assim, quando se tratam de matérias independentes – isto é, sem nenhum vínculo com os produtos dos seus outros meios –, a hipermídia é mais presente. Ainda que a memória não seja muito utilizada no Globo Esporte através dos links, ela pode ser percebida por meio de *tags* nos conteúdos convergidos da TV para o site, além da republicação no “Baú do esporte”.

Em contrapartida, no Jornal Hoje ocorre uma aplicação eficiente das narrativas midiáticas e das propriedades do webjornalismo. Uma matéria do telejornal trouxe a narrativa crossmidiática, indicando a convergência do material para o site. O assunto era sobre a doação de dinheiro para as vítimas decorrente das enchentes de junho de 2010 no Nordeste. Quando acessamos o site do Jornal Hoje, observamos que essa matéria convergida¹⁵ traz um link intratextual (aquele que sugere algo dentro do próprio site) para uma notícia exclusiva da internet – na qual eram mostrados os endereços dos postos para doação de dinheiro e para ser voluntário –, além de um link intertextual que nos direcionava para o site da Ação Global. Notamos, portanto, que a hipermídia e a memória criam uma rede de informação eficiente e ampla do assunto – inicialmente abordado no telejornal –, de tal modo que, considerando apenas o conteúdo do link intratextual, observamos que ele traz uma notícia com outro hiperlink, desta vez intertextual, guiando-nos para uma seção do portal G1.

Nossa aposta nos três espaços do Globo Esporte como local propício para a utilização das narrativas midiáticas e das características do webjornalismo parece equivocada, pois telejornais como Jornal Nacional e, principalmente, Jornal Hoje parecem se apropriar dessas estratégias. Observamos que as matérias do Jornal Hoje indicam seu site para os telespectadores acompanharem durante o dia, para obterem informação. Ele traz atualizações com informações inéditas e próprias, não apenas notícias convergidas do telejornal. Se antes se pedia ao receptor para ver as notícias no próximo telejornal, agora a lógica parece estar se modificando. A equipe destes jornais está mais ampliada, pois, além de convergir conteúdo, eles mantêm o site com seu próprio material inédito. Ao invés de aumentar a interação entre os programas de uma mesma empresa, parece que a rivalização é que está em ascensão.

REFERÊNCIAS

¹⁵ Matéria publicada no site do Jornal Hoje em 23/06/2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/06/campanha-copasolidaria-arrecada-donativos-para-vitimas-de-enchentesjh.html>>.



ABREU, Jorge; BRANCO, Vasco. *A convergência TV-web: motivações e modelos*. In: **BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Portugal, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-ferraz-convergencia-TV-Web.pdf>>. Acesso em: 25 de outubro de 2009.

AGUIAR, Laíza de; MARTINS, Allysson. *Convergência e transmídia nos debates dos candidatos a governador da Paraíba: A Rede Paraíba de Comunicação nas Eleições 2010*. In: **IV Simpósio Nacional ABCiber**, 2010, Rio de Janeiro-RJ. Disponível em: <http://www.abciber2010.pontaodaeco.org/sites/default/files/ARTIGOS/7_Jornalismo_MidiaLivre/La%20C3%ADzaFelixeAlyssonViaja_JORNALISMO_M%20C3%8DDIALIVRE.pdf>. Acesso em: 19 de novembro de 2010.

ANTIKAINEN, Hannele; KANGAS, Sonja; VAINIKAINEN, Sari. *Three views on mobile cross media entertainment*. In: **VTT Information Technology, Research Report**, 2004. Disponível em: <http://www.souplala.net/show/crossmedia_entertainment.pdf>. Acesso em: 21/05/2010.

BATISTA, Rodrigo. A cibernotícia como reconfiguração da atividade jornalística no ciberespaço. In: NUNES, Pedro (org.). **Mídias digitais & interatividade**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009, p. 233-254.

CANAVILHAS, João. *A internet como memória*. In: **BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Portugal, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-internet-como-memoria.pdf>>. Acesso em: 24 de outubro de 2009.

CORREIA, Danilo; FILGUEIRAS, Lucia. *Introdução à mídia cruzada*. In: **Grupo de Estudos em interação do LTS**, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://lts-i.pcs.usp.br/xgov/pub/TutorialMidiaCruzada.pdf>>. Acesso em: 18/05/2010.

DENA, Christy. *Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design*. In: **European Information Society Technologies (IST) Event**, Netherlands, 2004. Disponível em: <http://www.christydena.com/Docs/DENA_CrossMediaObservations.pdf>. Acesso em: 18/05/2010.

FERRARI, Pollyana. **A rizomática aventura da hipermídia**. Uma análise da narrativa no ambiente digital. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2007.

FIDALGO, António. *Sintaxe e semântica das notícias online: para um jornalismo assente em base de dados*. In: **BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Portugal, 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-jornalismo-base-dados.pdf>>. Acesso em: 25 de outubro de 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3º ed. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

LUSVARGHI, Luiza. *O cinema na era digital: a consolidação dos conteúdos cross-media no Brasil, de Big Brother ao caso Antônia*. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom Nacional**, Santos-SP, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1059-2.pdf>>. Acesso em: 1/10/2009.

MARTINS, Allysson. *Experiência das Narrativas Cross e Transmídia no Webjornalismo*. In: **Logos**, edição 34, vol. 18, nº 1 – 1º semestre de 2011.

MÉDOLA, Ana. *Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos- os desafios para o comunicador*. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-Compós**, Brasília-DF, v. 12, n. 3, p. 1-12, 2009. Disponível em:



<<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/379/376>>. Acesso em: 1/06/2010.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese de Doutorado. Salvador, UFBA, 2003.

<<http://www.scribd.com/doc/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>>. Acessado em: 16 de junho de 2009.

MOUILLAUD, Maurice. *Da forma ao sentido*. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: UNB, 2002, p. 29-35.

NUNES, Pedro. *Hipermídia: diversidades sígnicas e reconfigurações no ciberespaço*. In: NUNES, Pedro (org.). **Mídias digitais & interatividade**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009, p. 219-232.

PALACIOS, Marcos. *A memória como critério de aferição de qualidade no ciberjornalismo*: alguns apontamentos. In: **Revista FAMECOS**, v. 37, p. 91-100, 2008. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/5560/5044>>. Acesso em: 14 de outubro de 2009.

_____. *Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate*. In: **Workshop de Jornalismo Online**, 2002, Covilhã - Portugal. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf>. Acesso em: 27 de outubro de 2009.

_____. *Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória*. In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (orgs.). **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/JOL/pdf/2003_palacios_olugardamemoria.pdf>. Acesso em: 27 de outubro de 2009.

PINHO, José. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

QUICO, Celia. *Cross-media em emergência em Portugal: o encontro entre a televisão interactiva, as comunicações móveis e a Internet*. IN: **Televisão Interactiva: conteúdos aplicações e desafios**. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa: CRL, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**. São Paulo: Paullus, 2003.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paullus, 2007.