

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

HANNIF ALMEIDA MENTZINGEN LINHARES

**CULTURA DA CONVERGÊNCIA: UMA ALTERNATIVA DO
JORNALISMO DA REDE GLOBO PARA MANUTENÇÃO DE
AUDIÊNCIA**

**VOLTA REDONDA
2018**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**CONVERGÊNCIA: UMA ALTERNATIVA DO JORNALISMO DA REDE
GLOBO PARA MANUTENÇÃO DE AUDIÊNCIA**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo do UniFOA como requisito à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluna:

Hannif Almeida Mentzingen Linhares

Orientadora:

Angélica Aparecida Silva Arieira

VOLTA REDONDA

2018

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: Convergência: uma alternativa do jornalismo da Rede Globo para manutenção de audiência. Elaborado por Hannif Almeida Mentzingen Linhares, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovada em 19 de outubro de 2018.

Banca Examinadora:

Professora Orientadora

Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA

Professora Avaliadora

Rebeca Chaves Baltazar, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA

Professor Avaliador

Afranio Teodoro Moutinho, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, por embarcarem comigo nos meus sonhos, me dando a dose de amor, carinho e motivação diária para seguir a minha caminhada mesmo quando a vontade era desistir.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me concedido a vida, a persistência, a paciência e o amor pela profissão que escolhi seguir. Aos meus familiares por estarem presentes e me incentivando em todos os momentos da minha vida. Aos amigos de longa data e aqueles que a faculdade me presenteou Henrique Fraga, Maele Fuentes, Mário Arthur, Tainã Sorrentino, Thaís Dutra e Yasmim Thuler, que fizeram da minha rotina um lugar muito mais agradável. Aos professores que me ensinaram que para a comunicação não existem barreiras. A minha orientadora Angélica Arieira e ao coordenador do curso Douglas Gonçalves, que me incentivaram e acreditaram no meu potencial durante todo meu período acadêmico. E a todos que estiveram presentes na minha vida e me tornaram quem sou.

“Não sou nada.

Nunca serei nada.

Não posso querer ser nada.

À parte isso, tenho em mim todos os sonhos do mundo”. (Álvaro de Campos)

RESUMO

A chegada da internet revolucionou a sociedade e o modo de fazer jornalismo. Com isso, viu-se surgir o fenômeno da convergência midiática, onde as mídias interagem entre si possibilitando que o espectador participe ativamente da programação. Os meios de comunicação tradicionais tiveram que se reinventar para acompanhar o ritmo das transformações tecnológicas e, assim, não perder audiência. O presente trabalho buscou entender quais foram algumas das estratégias adotadas pela maior empresa de comunicação do Brasil, a Rede Globo, para acompanhar essas alterações no campo jornalístico e não perder público. Os objetos da pesquisa foram três plataformas da empresa: o portal Globo.com, o portal G1 e o boletim televisivo G1 em 1 minuto. O trabalho buscou entender como essas plataformas conversam através das notícias veiculadas por elas. O propósito foi verificar a hipótese de que o diálogo entre estas plataformas faria com que a empresa mantivesse sua audiência, ao menos em trânsito, por produtos do mesmo grupo, ou seja, entender se a Rede Globo se apropriou da convergência midiática em conteúdos jornalísticos e de que maneira isso ocorreu e vem ocorrendo pós o fenômeno da Web 2.0.

Palavras-chave: Rede Globo; convergência midiática; G1; Globo.com; G1 em 1 minuto.

ABSTRACT

The internet arrival has revolutionized the society and the way to do journalism. With that, we saw the media convergence phenomenon appears, where all the medias interact with each other allowing the viewer to actively participate on the television schedule. The traditional means of communication had to reinvent themselves to keep the rhythm of the technological transformations and, like that, keep the audience. This final paper searches to understand some of the strategies adopted by the biggest communication company in Brazil, the Rede Globo, to follow the changes on the journalism field and keep the audience. The goals of this search were three platforms of the company: the news portal Globo.com, the news portal g1 and his television bulletin g1 in one minute. The goal of this paper was understand how these platforms talk through the news served by them. The verified hypothesis was that the dialog between these platforms make the company keep the audience, unless on traffic, by products of the same group, that is, understand if Rede Globo appropriated the media converge on journalistic contents and how this happened and keeps happening after the Web 2.0 phenomenon. We conclude that the organization has appropriated of the new technologies to add viewers originating of the news social demands that appears on each generation. This final paper has justified by the theme relevancy, that had approached the social and journalistic transformations suffered by the internet to not lose the functionality.

Keywords: Rede Globo; convergence phenomenon; G1; Globo.com; G1 em 1 minuto.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 O JORNALISMO- PRODUTO DE MASSA À CULTURA DAS MÍDIAS.....	12
2.1 As transformações do jornalismo.....	13
2.2 Os meios e a cultura.....	15
2.3 O jornalismo televisivo no Brasil.....	17
3 CONVERGÊNCIA: INTEGRAÇÃO DAS MÍDIAS E DO PÚBLICO.....	23
3.1 Internet: da criação à popularização.....	23
3.2 Transmídia e convergência em busca de audiência.....	27
3.3 Estratégias da Rede Globo em um cenário convergente.....	29
4 ESTRATÉGIAS CONVERGENTES NO JORNALISMO DA REDE GLOBO.....	33
4.1 Rede Globo: 53 anos de poder e liderança.....	33
4.2 Apresentação da metodologia e análise.....	37
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
6 REFERÊNCIAS.....	49
7 ANEXOS.....	52

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Compilação de dados do dia 20/09/2018.....	38
QUADRO 2: Compilação de dados do dia 21/09/2018.....	40
QUADRO 3: Compilação de dados do dia 24/09/2018.....	41
QUADRO 4: Compilação de dados do dia 25/09/2018.....	42
QUADRO 5: Compilação de dados do dia 26/09/2018.....	43
QUADRO 6: Compilação de dados do dia 27/09/2018.....	44
QUADRO 7: Compilação de dados do dia 28/09/2018.....	45

LISTA DE ANEXOS

Figura 1: Print G1 20/09/2018- 12h.....	52
Figura 2: Print Globo.com 20/09/2018- 12h.....	52
Figura 3: Print G1 20/09/2018- 17h.....	53
Figura 4: Print Globo.com 20/09/2018 17h.....	53
Figura 5: Print G1 21/09/2018- 12h.....	54
Figura 6: Print G1 21/09/2018- 17h.....	54
Figura 7: Print Globo.com 21/09/2018- 17h.....	55
Figura 8: Print G1 24/09/2018- 12h.....	55
Figura 9: Print Globo.com 24/09/2018- 12h.....	56
Figura 10: Print G1 24/09/2018 – 17h.....	56
Figura 11: Print Globo.com 24/09/2018- 17h.....	57
Figura 12: Print G1 25/09/2018- 12h.....	57
Figura 13: Print Globo.com 25/09/2018- 12h.....	58
Figura 14: Print Globo.com 25/09/2018- 17h.....	58
Figura 15: Print G1 26/09/2018.....	59
Figura 16: Print Globo.com 26/09/20180- 12h.....	59
Figura 17: Print G1 26/09/2018- 17h.....	60
Figura 18: Print Globo.com 26/09/2018- 17h.....	60
Figura 19: Print G1 27/09/2018- 12h.....	61
Figura 20: Print Globo.com 27/09/2018- 12h.....	61
Figura 21: Print G1 28/09/2018- 12h.....	62
Figura 22: Print Globo.com 28/09/2018- 12h.....	62
Figura 23: Print G1 28/09/2018 – 17h.....	63
Figura 24: Print Globo.com 28/09/2018- 17h.....	63

1 INTRODUÇÃO

A Rede Globo de televisão é uma das principais emissoras brasileiras. Criada em 1965, se mantém no topo de audiência até os dias atuais. Reconhecida pelo padrão de qualidade de suas produções, ela se faz presente na maioria dos lares brasileiros. O telejornalismo é o seu carro-chefe, e o Jornal Nacional, é o telejornal mais assistido do país, segundo pesquisas publicadas pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) em fevereiro de 2018. Com o passar dos anos e com a popularização da Internet, a TV em geral começou a disputar a atenção do público com a plataforma digital. Com base nessas situações faz-se a seguinte indagação: quais as estratégias adquiridas por uma empresa de grande porte, como a Rede Globo, para manter sua audiência diante dos novos produtos oferecidos pela Internet?

A criação de espaços alternativos foi uma hipótese para manter não só o interesse pela televisão, carro-chefe da empresa, mas para evitar a dispersão da audiência para a concorrência. Manter o público nos canais de comunicação do grupo poderia fazer diluir a audiência, mas ela não seria perdida, uma vez que estaria em trânsito por produtos de uma mesma organização. Dá-se aí a ideia da convergência midiática como uma estratégia para manutenção do interesse pelo conteúdo. Não se dá fim aos antigos veículos, faz-se com que eles interajam e permitam que o público seja atendido nas suas demandas em qualquer canal que escolha.

O primeiro produto jornalístico da Rede Globo na internet foi o Globo.com, um site de notícias, e atualmente é o portal de notícias mais acessado do país segundo a Amazon. Tempos depois, em 2006, com o objetivo de levar ao internauta as informações que antes só poderiam ser consumidas na programação televisiva, foi criado o portal de notícias G1. Hoje, como define a própria empresa o site é referência em informações em circulação na internet, e mais uma opção de plataforma de notícias para o público.

Na intenção de não ter perdas em audiência para a Internet, a Globo criou em 2015 o micro boletim, G1 em 1 minuto, desta vez, televisivo. Exibido durante a programação da emissora, ele tem por objetivo levar resumidamente ao telespectador as principais notícias do dia. Uma vez que o conteúdo é enxuto,

incentiva o público a buscar por uma cobertura mais completa em outras mídias: os telejornais ou sites.

Tem-se como objetivo deste trabalho compreender a importância da convergência midiática para a manutenção de audiência dos produtos jornalísticos da Rede Globo. Para responder essas questões, a metodologia da pesquisa se desenha de duas formas: levantamento bibliográfico e análise dos objetos. Foram analisadas ao longo de sete dias em dois horários pré-definidos as principais notícias das plataformas já citadas. A intenção era perceber através dos dados compilados se elas destacavam os mesmos conteúdos, cada qual a sua maneira, obviamente, e como conversavam entre si.

A realização desse trabalho justifica-se pois poderá contribuir para o entendimento de como as mídias tradicionais vem se remodelando, a fim de não perderem sua funcionalidade em virtude dos avanços tecnológicos e das demandas mercadológicas. Além disso, pensa-se que este estudo possa contribuir a outros estudantes de comunicação que tenham intenção de desdobrar a análise aqui iniciada em outros objetos de estudo que perpassem o tema.

2 O JORNALISMO: PRODUTO DE MASSA À CULTURA DAS MÍDIAS

O ato de comunicar está presente no mundo desde os primórdios da humanidade. Entretanto, o jornalismo, até chegar à visão que temos hoje, passou por diversas mudanças que acompanhavam as transformações sociais. Este capítulo caracterizará, de forma breve, as diversas fases do jornalismo em seu contexto histórico, desde a fase político-literária ao jornalismo como um produto de massa, seguindo os conceitos da Indústria Cultural. O jornalismo televisivo no Brasil e sua trajetória também serão apresentados nesse capítulo.

2.1 As transformações do jornalismo

Não se pode precisar onde surgiu o jornalismo, alguns historiadores atribuem a origem do jornalismo ao Imperador Júlio Cesar, em 59 a.C. no antigo Império Romano, em uma tentativa de divulgação de seus feitos para autopromoção. Entretanto, o mundo só começou a sentir as consequências das publicações em massa em 1450, graças à invenção da prensa gráfica por *Gutenberg de Maiz*, na chamada Revolução da Prensa Gráfica, como explica Paternostro (2006, p.19):

Na realidade o que Gutenberg inventou foi o primeiro sistema de impressão tipográfica do Ocidente, sistema que permaneceu praticamente o mesmo por mais de 350 anos. O método de impressão de Gutenberg se espalhou muito rapidamente e, no final do século XV, livros religiosos, científicos e textos clássicos foram publicados em quase toda a Europa.

Cerca de seis séculos se passaram desde a Revolução da Prensa e o jornalismo vem sofrendo diversas remodelações para se adequar às transformações sociais que se solidificaram ao longo desse período. Marcondes Filho (2000) divide essas mudanças em quatro fases percorridas pelo jornalismo depois de sua pré-história. São elas: primeiro jornalismo (1789-1830), segundo jornalismo (1830-1900), terceiro jornalismo (1900-1960) e quarto jornalismo (1960 aos dias atuais).

Segundo o autor, no período da pré-história do jornalismo (1631-1789), ainda não existia um texto jornalístico que se diferenciasse do literário, o jornal se assemelhava aos livros que eram feitos de forma artesanal, por isso continham poucas páginas e nelas eram divulgadas fatos como mortes, desastres e deformidades. Nessa época, o jornalismo ainda ocupava um papel coadjuvante e sem lucros.

Ainda por definição de Marcondes Filho (2000), a partir de 1789, entra em cena a primeira fase do jornalismo, que vai perdurar até 1830. Essa fase se caracteriza pelo alçó literário e político, onde os escritores eram políticos e cientistas. Devido a essas características, o texto tinha caráter de transparência e verdade. Com o *boom* do jornalismo político-literário começou a existir uma profissionalização do jornalismo. Nos Estados Unidos (1791) e Inglaterra (1830) a liberdade de imprensa foi assegurada, e com isso houve um incentivo para a publicação de jornais como atividade lucrativa, livres de censura (BARSOTTI, 2012).

Nessa época do jornalismo literário, os fins econômicos vão para segundo plano. Os jornais são escritos com fins pedagógicos e de formação política. É também característica do período a imprensa partidária, na qual os próprios jornalistas eram políticos e o jornal, seu porta-voz. Cada político razoavelmente destacado criava seu clube, cada dois criavam um jornal, escreve Otto Groth. (MELO, 2000, p. 12).

Enquanto as grandes potências já vivenciavam as transformações na esfera da comunicação, essas tendências iam ser replicadas no Brasil tardiamente. O surgimento da imprensa no Brasil se deu ao mesmo tempo em que a Família Real portuguesa chegou ao país. Em 1808 um dos primeiros atos do imperador D. João VI foi a criação da Imprensa Régia. Em 10 de setembro do mesmo ano, surgiu oficialmente o primeiro jornal do Brasil, a Gazeta do Rio de Janeiro, um jornal que servia à corte, com divulgações sobre a realeza europeia.

Antes da vinda da Família Real, não era permitida a circulação de qualquer mídia informativa. Por esse motivo, um pouco antes do surgimento da Gazeta, o jornalista, Hipólito José da Costa criava outro periódico para questionar a administração do Brasil na época, o Correio Brasiliense. Este jornal circulava de forma clandestina (ROMANCINI; LAGO, 2007) no país e era rodado em Londres. Jornais um pouco mais independentes começaram a surgir a partir da Independência do Brasil, em 1822.

A segunda fase do jornalismo durou de 1830 a 1900 e foi marcada pelos avanços tecnológicos e pela profissionalização do jornalismo, conhecida também como jornalismo de informação. Com um viés capitalista, foi nessa época que começou a ser utilizado o termo imprensa de massa, já que a imprensa começa a se voltar para conquistar leitores. Surgem os furos jornalísticos, manchetes, reportagens, o lead e capas, para garantir a atenção do público e a vendagem dos exemplares. “A necessidade de ampliação do público leitor, por meio da publicação

de maior variedade de assuntos, levou os jornais a utilizarem de forma mais racional seu espaço” (BARSOTTI, 2012, p.73).

Entre o fim do século XIX e início do século XX a imprensa periódica passa a se desenvolver mundialmente e começa a atingir a grande massa da população. Surgem as agências de notícias, responsáveis por suprir o noticiário internacional dos jornais. Após o fim da Primeira Guerra Mundial, o monopólio de agências, que antes era detido pela Inglaterra, França e Alemanha, passa a ser dos Estados Unidos. Com isso, o modelo de produção jornalístico dos EUA difunde-se mundialmente, influenciando os jornais, inclusive os do Brasil, com ideologias voltadas para a liberdade de imprensa e objetividade (ROMANCINI; LAGO, 2007, p.10)¹

A partir de 1900 o jornalismo ingressa em uma fase que durou 60 anos, de acordo com a classificação de Marcondes Filho (2000). O terceiro jornalismo é marcado pela consolidação do monopólio do mercado por grandes empresas e pelas grandes tiragens. “Nos EUA, forma-se o conglomerado *Hearst*; na Inglaterra, o *Northclyff*, e, na Alemanha, o *Ullstein* e *Mosse*” (BARSOTTI, 2012, p.76).

Em 1940, os jornais franceses tinham uma tiragem diária de 9,5 milhões de exemplares. Só o *Le Petit Parisien* tirava 1,5 milhão. Data desta época também a divisão do jornal por seções: a cobertura jornalística passa a ser segmentada por editorias, tais como política, literatura, esportes, cinema, turismo, infantil e feminina. (FAYEL *apud* MARCONDES FILHO, 2000, p. 25).

No Brasil o processo de consolidação aconteceu um pouco tardiamente. Os jornais já eram concretizados, porém ainda atendiam a interesses políticos, estando mais para esse viés do que para a informação. Os jornais também demoraram a se modernizar em forma, como observa Werneck e Sodré (1999). Os textos eram escritos por literatos, eram empolados e as colunas alinhadas. Não se utilizava a manchete e a profissionalização ainda não tinha chegado às redações.

A partir de 1910, chegam às máquinas de escrever e os anúncios em cores. Em 1930 o jornal é consolidado nos padrões de empresas jornalísticas. Com uma estruturação mais profissional estes moldes se adequariam paulatinamente aos veículos que sucederam ao impresso, respectivamente o Rádio (1930) e a TV (1950).

2.2 Os meios e a Cultura

No contexto em que a mídia deixa de ser ideológica e passa a ser capitalista os meios de comunicação provocaram uma alternância sem precedentes no cenário

¹ Disponível em: < <https://comunicacaopublicaufes.wordpress.com/2012/02/10/historia-do-jornalismo-no-brasil/>> acesso em 30/04/2018

cultural. “A cultura transformada pela tecnologia agora já considerando os principais meios massivos de comunicação, poderia chegar a todos os lugares” (MARTINO, 2010, p.49). Observando essas mudanças, os filósofos Max Horkheimer e Theodor Adorno, acreditavam que a cultura midiática se tornaria um produto. Enquanto a modernidade encarava esses fatores como liberdade, os dois enxergavam como dominação. “Dominada pela técnica, as produções da mente se organizam na forma de uma indústria cultural” (IDEM, 2010, p. 48).

Na indústria cultural, o lucro orienta a produção, e o espaço da criação individual é eliminado em virtude da lógica da produção coletiva [...] o artista criador é substituído pela linha de produção, com uma divisão do trabalho em partes mais e mais compartimentadas. A imaginação e o ato criador são adaptados às exigências da produção[...] Há pouco espaço para a novidade na indústria cultural: qualquer coisa que coloque em risco o lucro é uma ameaça. (MARTINO, 2010, p.49)

No cenário em que as informações já eram consumidas a todo vapor surge o ensino profissional do jornalismo em 1924, na França. No Brasil, o ensino profissional entrou em vigor em 1943, um ano depois, o então presidente Getúlio Vargas, assinou um decreto atribuindo funções e remuneração ao jornalista (BARSOTTI, 2009).

A quarta fase, chamada de quarto jornalismo por Marcondes Filho (2000), começou em 1960 e ainda não teve fim. O começo dessa era foi histórico para o Brasil. Em 1964, acontece o Golpe Militar, e inicia-se o período da ditadura, e com isso era censurada qualquer publicação feita pela imprensa que ferisse aos critérios estipulados pelo regime. De forma paradoxal, embora o período fosse de repressão, se viu um crescimento nos veículos de comunicação e seus lucros, ocasionado potencialmente pela regulamentação da publicidade nos veículos e pelo fato de o governo ser um dos principais anunciantes midiáticos.

Paralelo a isso, a política de desenvolvimento econômico permitiu maiores avanços tecnológicos, que contribuíram para o desenvolvimento do jornalismo, em especial, da TV. Nesse período surgiram as primeiras faculdades dessa área no país e há o seu reconhecimento como profissão em 1969 (MENDONÇA, 2012, p.10)².

O fim do século XX e início do século XXI foi marcado pela influência tecnológica no jornalismo, pela informação eletrônica e interativa e pela crise do jornalismo impresso. Para Barsotti (2009), todos esses fatores estão ligados

² Disponível em: < <https://comunicacaopublicaufes.wordpress.com/2012/02/10/historia-do-jornalismo-no-brasil/>> acesso em 30/04/2018

potencialmente a um único fato: a popularização da Internet. A web revolucionou a sociedade, e também o jornalismo, alterando as relações entre emissor e receptor, aumentando significativamente o acesso aos meios de publicação e distribuição de conteúdos. Essas transformações causaram efeito direto na transformação do papel histórico do jornalista e na sociedade como um todo (MARCONDES FILHO, 2009). Tal fato será esmiuçado posteriormente, pontualmente no capítulo que se sucede a este.

2.3 O jornalismo televisivo no Brasil

A década de 1950 marcou uma enorme transformação para a comunicação no Brasil: a chegada da televisão. Historiadores associam a chegada da TV ao país ao nordestino e jornalista Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, um dos homens mais poderosos daquela época (PATERNOSTRO, 2006).

[...] Em mais uma jogada de visão, Assis Chateaubriand decidiu trazer os técnicos da RCA – *America Radio Corporation*- e implantar a televisão no Brasil [...] Pouca documentação se tem dessa época, mas uma data marca a inauguração oficial da primeira emissora de TV no país: 18 de setembro de 1950. Nesse dia entrava no ar a PRF-3 TV Difusora, depois TV Tupi em São Paulo (*IDEM*, 2006, p.29)

Este cenário também marca a estreia do telejornalismo no Brasil. No dia seguinte ao da inauguração da emissora, transmitiu-se o primeiro telejornal do país, *Imagens do Dia*, nele eram mostradas imagens não editadas dos acontecimentos diários. A duração dependia do tempo necessário para a exibição de todas as imagens (MELLO, 2009). Os anos foram passando e o telejornalismo foi se adaptando e se adequando às mudanças sociais, alcançando audiência e notoriedade do público até chegar ao patamar atual: um fiel meio de comunicação.

O *Repórter Esso* é considerado um marco nos telejornais brasileiros. O programa que começou nas rádios em 1941 teve sua versão televisiva exibida pela primeira vez em 1953 pela Tupi de São Paulo. O informativo se tornou referência para os telejornais implantados em outras emissoras (*IDEM*, 2009).

A primeira versão do jornal foi exibida na capital paulista, apresentado e dirigido por Kalil Filho. No ano seguinte, o Rio de Janeiro ganhava sua versão, apresentada por Gontijo Teodoro, ambos eram conhecidos radialistas, mas possuíam uma narrativa mais televisiva. O texto era objetivo, apresentado em plano americano e entrava no ar às 20h (PATERNOSTRO, 2006).

Por muitos anos o Repórter Esso foi o principal telejornal da televisão brasileira, como contou o apresentador Gontijo Teodoro, em entrevista concedida ao Museu da Televisão em 1992:

O programa Repórter Esso se confunde com a instalação do telejornalismo no Brasil. O Repórter Esso era o diário oficial da população brasileira. Nós não fazíamos nenhum tipo de comentário. A notícia era pura e simples, e o público que tirasse a sua própria conclusão.

O telejornal permaneceu no ar por dezoito anos e como define Paternostro (2006, p.37): “O Repórter Esso foi um dos programas de maior sucesso da história da televisão brasileira”.

O governo federal, que tinha como presidente Juscelino Kubistchek, assinou a autorização para que, a então hoje TV Globo, pudesse funcionar como um canal de televisão (MEMÓRIA GLOBO, 2013).³ E em 1964 é inaugurada oficialmente a emissora. Com a ascensão da Globo, começa a briga por audiência entre as emissoras. Atualmente a emissora é a mais assistida do Brasil (IBOPE, 2018).

Ainda de acordo com Paternostro (2006), em 1960 a TV se consolida no Brasil, e com isso os telejornais começam a ganhar mais espaço e visibilidade na grade televisiva. Nesse contexto, surge o Jornal de Vanguarda, exibido pela TV Excelsior.

Os jornalistas eram os produtores do jornal e na sua apresentação havia cronistas especializados em cada editoria. Entre eles, destacavam-se Newton Carlos, VillasBoas Correia, Millôr Fernandes, João Saldanha, Gilda Muller e Stanislaw Ponte Preta – com seus comentários satíricos sobre a realidade brasileira, entre outros. (REZENDE, 1985, p. 107)

O Jornal de Vanguarda inovou trazendo vários locutores e comentaristas, entre eles, o mais conhecido, Cid Moreira. A qualidade da seleção das imagens o texto dinâmico e o formato diferente dos outros telejornais, que até então tinham uma linguagem mais radiofônica, fizeram dele um grande sucesso de audiência em 1960. Por seu formato inovador, em 1963, recebeu o prêmio espanhol Ondas de melhor telejornal do mundo. Por esbarrar em questões políticas e militares, em tempos de ditadura, foi retirado do ar pela censura em 1968 (MELLO, 2009).

Em primeiro de setembro de 1969, com a extinção do Repórter Esso, a criação de um novo telejornal, viraria um marco: entrava em cena o Jornal Nacional (JN). Produzido no Rio de Janeiro, e retransmitido para São Paulo, Belo Horizonte,

³ Disponível em: < <http://historiagrupo Globo.com/hgg/index.htm> > acesso em 27/04/2018

Curitiba, Porto Alegre e Brasília. O JN foi o primeiro noticiário transmitido em rede nacional, se estabelecendo como exemplo do progresso tecnológico nas comunicações e como um novo modo de fazer telejornal. Seu planejamento e produção eram bem mais rigorosos que as produções anteriores.

A linguagem, a narrativa, o formato e a figura do repórter, copiavam cada vez mais os padrões norte-americanos de notícia. A estratégia do JN em se manter entre as novelas das sete e das oito horas aumentava a popularidade do produto, fazendo com que, em 1979, tivesse quase 80% da audiência nacional (BRITTOS; BOLAÑO, 2005). A liderança de audiência permanece até os dias de hoje (IBOPE, 2018).

O jornal Titulares da Notícia foi ao ar em 1970 pela TV Bandeirantes. “Em um formato que a principal atração não era em tempo integral, as notícias eram apresentadas por Tônico e Tinoco no interior de São Paulo” (MELLO, 2009, p.5). Na mesma época, para superar a extinção do Repórter Esso, a TV Tupi criou o programa Rede Nacional de Notícias, que era transmitido para várias capitais do país, tinha como expectativa a conquista do público.

Fernando Pacheco Jordão foi o editor do noticiário que, em pouco tempo, se tornou o programa líder de audiência da emissora. Naquela época, a intolerância política minava as iniciativas que contrariavam o regime. O telejornal visava ao interesse popular nas áreas sociais, políticas e econômicas. Em substituição a Fernando Pacheco, a emissora trouxe Wladimir Herzog que assumiu a editoria do telejornal, em 1974. Mas, no ano seguinte, o jornalista pagou com a vida por ousar praticar os seus ideais na profissão em tempos de ditadura. (IDEM, 2009, p.6)

Os avanços tecnológicos surgiam, e a Rede Globo se beneficiava disso para estabelecer um padrão em suas atrações. Como exemplo tecnológico, surge em 1973 – Fantástico, o show da vida-. O programa era uma combinação de entretenimento e jornalismo. Um programa diferente de tudo o que existia na televisão brasileira da época, uma revista eletrônica de variedades, com duas horas de duração. Uma revista que trabalhava realidade e ficção (MEMÓRIA GLOBO, 2013)⁴. Segundo Mello (2009), apesar de não constar na história como a criadora do jornalismo brasileiro, a Globo acabou ditando as regras de como fazer o telejornalismo.

A autora explica que com a rigidez na época da ditadura (1960-1970), as emissoras eram forçadas a ocupar a falta de notícias com entretenimento e, por

⁴ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/programas-jornalisticos/fantastico/evolucao.htm>> acesso em 27/04/2018.

isso, investia em coberturas internacionais. Após os anos 1970 as coisas começam a mudar e a Rede Globo a investir no telejornalismo e ganhar lucro com a publicidade.

Com a solidificação do jornalismo da Globo, era o momento de apostar em um programa com um formato novo, que permitisse um aprofundamento maior nas reportagens, e em 1973 estreia o Globo Repórter. “O investimento na produção de cine documentários contou com narrativas conduzidas a partir das imagens, dos depoimentos dos entrevistados e da locução em *off* do apresentador” (MEMORIA GLOBO, 2013)⁵. Neste modelo também surgiram o TV Mulher e o Globo Rural, exibido até hoje nas manhãs de domingo.

Nesse esforço, a criação de novos telejornais foi imediata. Surgiram, nesta época, o “Hoje” que era transmitido no horário do almoço; e outra atração da área que era apresentada no final da noite e que teve vários títulos, a exemplo de “Amanhã”, “Painel”, “Jornal da Globo” e “Segunda Edição do Jornal Nacional”. Para o começo da manhã, a emissora criou o “Bom dia São Paulo”. A partir dessa iniciativa, as afiliadas da Globo criaram os seus telejornais regionais. Depois de alguns anos, entra no ar o “Bom dia Brasil” que é transmitido até hoje (MELLO, 2009, p. 7)

O Bom dia São Paulo, primeiro jornal matutino, de acordo com Paternostro (2006), foi criado como forma de prestação de serviço. Estreou em 1977 onde, pela primeira vez, os repórteres entravam ao vivo com *links* em vários pontos da cidade, passando informações de trânsito, aeroportos da capital paulista.

Pouco tempo depois, as praças e afiliadas da emissora, implantaram o Bom Dia Praça, regionalizando o conteúdo e exibindo o conteúdo em mesmo horário: “A característica comunitária permanece até hoje” (IDEM, 2006, p. 38). O telejornal matutino já havia conquistado espaço e, por isso, a Globo lançava em 1983, o Bom Dia Brasil, que ia ao ar logo após o Bom Dia Praça, tratando de assuntos que iam de notícias à culinária.

Conforme a censura ia perdendo força, outros programas iam ganhando espaço, como Vox Populli da TV Cultura, Encontro com a Imprensa na Bandeirantes e Diário Nacional, na TV Record (MELLO, 2009). Este cenário abre espaço para a criação de outras emissoras, que procuravam disputar audiência com a Rede Globo. Surgem então o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), em 1981, e a Rede Manchete, em 1983.

⁵ Disponível em: < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/globo-reporter/globo-reporter-criacao.htm> > acesso em 27/04/2018.

A Manchete apostou em telejornalismo em horário nobre para atrair as classes A e D, e seus telejornais seguiam um padrão norte-americano. “Com direção de Edgar de Andrade, Zevi Ghiveslader e Mauro Costa, o Jornal da Manchete chegou a alcançar oito pontos no IBOPE. Essa marca impediu que a Globo chegasse a 100% de audiência com a novela “Roque Santeiro”, de Dias Gomes” (MELLO, 2009, p. 8).

Nesta época, o SBT, tentou emplacar com os telejornais Cidade 4, 24 Horas, Últimas Notícias e Noticentro, porém não obteve sucesso. Apenas em 1988, a emissora se torna vice-líder de audiência. Nesse contexto, o SBT cria um jornal sério e de credibilidade, visando atrair formadores de opinião, o TJ Brasil. O primeiro noticiário a ter a figura do âncora⁶. O apresentador, Bóris Casoy, dirigia, apresentava e comentava as notícias (PATERNOSTRO, 2006)

O tratamento opinativo que ele imprimiu ao programa representou muitas vezes o sentimento da população. A presença do âncora e a credibilidade do jornal chegaram a suprimir a deficiência dos recursos técnicos da emissora e da programação do SBT até meados de 1997, quando Bóris Casoy e parte da equipe se transferiram para a TV Record. O jornalismo do SBT sofreu com isso, e perdeu força (*IDEM*, 2006, p.39).

Atualmente, o cenário do telejornalismo na TV aberta no Brasil é muito mais diversificado. Em ordem de índice de audiência, estão elencadas os cinco principais telejornais exibidos no horário nobre das principais emissoras por seus respectivos pontos de Ibope em 15 de agosto 2017: Jornal Nacional, Globo (32,8 pontos), SBT Brasil, SBT (7,55 pontos), Jornal da Record, Record (6,13 pontos), Jornal da Band, Bandeirantes (6,04 pontos), Rede TV News, Rede TV! (0,96 pontos).⁷

Foi ainda no final da década de 1980, que o Brasil recebeu mais uma invenção televisiva: a TV por assinatura. Nessa época já existiam 300 redes de assinatura nos Estados Unidos, a novidade também já estava presente na Argentina, Chile, Colômbia e Bolívia. Para fugir da programação engessada da TV fechada, o público começava a pagar para ter acesso a novos conteúdos. O Canal

⁶ No âmbito do **jornalismo**, a palavra **âncora** se refere ao **jornalista** que apresenta um telejornal. Este profissional coordena e narra os acontecimentos, fazendo a ligação e o equilíbrio dos vários elementos transmitidos, como por exemplo: repórteres ao vivo, convidados em estúdio, reportagens gravadas, etc. Disponível em < <https://www.significados.com.br/ancora/> > Acesso em 29/04/2018

⁷ Dados da pesquisa publicada pelo IBOPE no ano de 2017. Cada ponto de audiência representa aproximadamente 1% dos televisores ligados no país inteiro. Disponível em: < <https://www.kantaribopemedia.com/top-5-grj-audiencia-de-tv-2208-a-28082016/> > acesso em 29/04/2018.

Plus, criado em 1989 marcou a estreia desse novo conceito no Brasil, depois dele, diversos outros canais foram criados e essas novas emissoras começaram a cair no gosto do público. Porém, em se tratando de jornalismo, o canal que iniciou um padrão reconhecido, foi a GloboNews, criada em 1996 pertencente ao Grupo Globo de Comunicações. Seu diferencial era ser o primeiro canal brasileiro de jornalismo 24 horas (PATERNOSTRO, 2006). A estreia era um marco para a emissora, como consta em seus registros:

A estreia movimentou e surpreendeu quem estava na redação naquela terça-feira, 15 de outubro de 1996. Editores, jornalistas, repórteres-cinematográficos e produtores correram contra o tempo para transmitir os primeiros telejornais. A GloboNews entrou no ar com as principais notícias do Brasil e do mundo: a ousadia de seus idealizadores a transformou no primeiro canal 24 horas de notícia do país (MEMÓRIA GLOBO, 2013)⁸

Chega-se ao século XXI, e uma de suas principais características: a popularização da Internet. Com isso, o conteúdo produzido pelas emissoras de TV, também vão parar em portais próprios ou em sites como o Youtube. Esses conteúdos agora podem ser enviados pelos usuários. Hoje em dia outras telas ocupam o chamado lugar sagrado da televisão, mas ela ainda possui forças na hora de pautar assuntos.

As emissoras investem pesado para estarem à frente em relação aos equipamentos tecnológicos e não perder espaço em disputa com esse novo meio. No capítulo que se segue se falará mais a fundo sobre como a implementação da internet viria a alterar profundamente a produção jornalística como um todo e como os demais meios, em especial a TV se reformulou a partir de tais mudanças.

⁸ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/mostras/globonews-20-anos/globonews-20-anos/globonews-20-anos-estreia.htm>> acesso em 27/04/2018

3 CONVERGÊNCIA: INTEGRAÇÃO DAS MÍDIAS E DO PÚBLICO

Este capítulo trará um breve histórico acerca da Internet, vindo desde a sua criação e mudanças até sua popularização. Suas principais reformulações serão pontuadas e junto a elas o fenômeno de convergência midiática, que fez com que as mídias tradicionais se remodelassem em busca de espaço. O capítulo também aborda as estratégias que a Rede Globo utilizou para a manutenção de audiência, decorrentes deste novo cenário.

3.1 Internet: da criação à popularização

Hoje o ser humano vive mergulhado na chamada era da informação. Pode-se dizer que um dos principais fatores para o boom dessa era foi a evolução da tecnologia. O surgimento da Internet e da World Wide Web (WWW) possibilitou a conexão de pessoas do mundo todo, através de uma rede de comunicação não linear cada vez mais veloz e completa.

Para entender a evolução e remodelações do jornalismo frente à Internet é preciso voltar no tempo, mas precisamente em 1969. Nesse ano, uma organização do Departamento de Defesa norte-americano, Arpa (Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), focada em pesquisa de informação para o serviço militar, criou a ARPAnet, uma rede nacional de computadores, que funcionaria para armazenar informações no caso emergência, sobretudo em um ataque de outro país aos dados americanos. (FERRARI, 2009).

No entanto, os fins militares não seriam o principal mote para esta nova tecnologia. Ainda que tenham sido os motivos propulsores, a nova forma de organização armazenamento e posterior envio e compartilhamento de dados mudaria a história da comunicação e da humanidade. Claro que no início foi aos poucos os avanços, mas significativos para que esta tecnologia se popularizasse: “Os primeiros usuários civis que constituíram a ARPAnet não só começaram a colonizar o ciberespaço, como também inventaram aplicações e softwares de comunicação” (OLIVEIRA, 2001, p.20).

No cenário mundial, o Brasil junto com Argentina, Áustria, Bélgica, Chile, Grécia, Índia, Irlanda, Coreia, Espanha e Suíça, em 1990, passou a se conectar com a rede mundial de computadores. Neste momento a conexão era uma realidade e a

guerra ou possível armazenamento de dados por conta de conflitos deixa de ser o maior propósito desta rede. Seria o fim da ARPAnet e nascimento da Internet. Esta última é gerada com 1500 sub-redes e 250 mil hosts, pronta para entrar e fazer parte da vida das pessoas comuns (PINHO, 2003).

A partir de então, os avanços foram muitos. Em 1991, a grande inovação foi a World Wide Web (WWW), que revolucionou o modo de se comunicar pela rede. Consistia em um conjunto de documentos multimídia armazenados em computadores por todo o mundo, foi criada por dois engenheiros do CERN (*Centre Européen pour la Recherche Nucléaire*), Robert Cailliau e Tim Berners-Lee, (OLIVEIRA,2001).

A web é provavelmente a parte mais importante da Internet e, para muitas pessoas, a única parte que elas usam. Mas a World Wide Web é fundamentalmente um modo de organização da informação e dos arquivos de rede. O método extremamente simples e eficiente do sistema de hipertexto distribuído é baseado no modelo cliente-servidor e tem como principais padrões o protocolo de comunicação HTTP, a linguagem de descrição de páginas HTML e o método de identificação de recursos URL. (PINHO, 2003, p.33)

Percebendo o potencial de sua invenção, uma forma simples e eficiente de trocar e acessar diferentes tipos de dados entre computadores e redes diversas, Tim Berners-Lee a manteve disponível para todos. Assim que os primeiros browsers foram desenvolvidos para os sistemas operacionais mais comuns (Windows e Apple Macintosh), a WWW foi imediatamente adotada pela comunidade da internet, sendo responsável – juntamente com a disseminação dos computadores pessoais – pelo grande crescimento da internet verificado na década de 1990, com um aumento de 50% a cada ano em média. (IDEM, 2001, p. 29)

A partir da WWW a internet ganha não só o mundo e as nações, mas as pessoas. Inicia-se, definitivamente, a popularização da Internet comercial. No Brasil, esta pulverização da rede começou em maio de 1995. A internet deixou de ser exclusiva do meio acadêmico e passou a atender todos os setores da sociedade. O jornalismo, não fiou de fora. Esta área sofreria, assim como as demais, profundas transformações. “A expansão do jornalismo digital no Brasil deu-se a partir do êxito de versões similares de revistas e jornais norte-americanos e ingleses, e meados de 1995” (MOHERDAUI, 2007, p. 25).

As alterações no jornalismo iriam desde o processo produtivo até a disseminação da notícia. Tais transformações foram preponderantes para a reformulação do papel das mídias e, obviamente, do jornalista. Estes cenários contribuiriam para o que ainda viria no cume das transformações midiáticas: a convergência. No entanto, tal aspecto será tratado mais adiante.

Vale ressaltar que o conceito de Internet utilizado atualmente, conhecida como a web interativa, surgiu na segunda geração da web, conhecida como 2.0. A primeira geração chamada 1.0 “apresentava um conteúdo muito simples, mais estático e pouco chamativo” (ESPEJO, 2006, p.3). O conteúdo, na primeira fase, era réplica do que se veiculava em jornais e revistas impressos, e só ficava disponível após a publicação dos mesmos. Devido à simplicidade da plataforma, não era possível uma interação entre o leitor e o conteúdo via rede. Até então, essa interação só aconteceria através de alguns recursos, como a carta ao leitor, fax e telefone. “O usuário utilizava a Internet exclusivamente para consumir conteúdo” (IDEM, 2006, p.3). Uma vez que essa interação não ocorria, a comunicação passava a ser unilateral, ou seja, o usuário era apenas receptor.

A primeira geração da Internet teve como principal atributo a quantidade de informação disponível e a que todos podíamos aceder. No entanto, o papel do utilizador nesses cenários era o de mero espectador da acção que se passava na página que visitava, não tendo autorização para alterar ou reeditar o seu conteúdo. (COUTINHO; BOTTENTUIT JUNIOR, 2007, p. 199)

A web 2.0 começou a proporcionar uma comunicação bilateral ou mesmo multilateral, fazendo com que os usuários pudessem interagir com ela e também entre eles. Agora, os receptores poderiam dialogar, produzir, transformar conteúdos e participar ativamente do processo comunicativo.

A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. (PRIMO, 2007, p.2)

A principal característica da web 2.0 foi a interação, onde a passividade do leitor foi deixada de lado. Os sites criaram novas tecnologias que possibilitavam essa interação como espaços de fóruns e comentários (BARBEIRO;LIMA, 2015). De acordo com Manuel Castells (2012), a chegada dessas novas tecnologias, provocou uma mudança na produção da informação:

As novas tecnologias da informação não são simplesmente ferramentas a serem aplicadas, mas processos a serem desenvolvidos. Usuários e

criadores podem tornar-se a mesma coisa. Dessa forma, os usuários podem assumir o controle da tecnologia como no caso da Internet. [...] Há, por conseguinte, uma relação muito próxima entre os processos sociais de criação e manipulação de símbolos (a cultura da sociedade) e a capacidade de produzir e distribuir bens e serviços (as forças produtivas). Pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo. (*IDEM*, 2012, p. 69)

A atual era da informação propõe alterações na produção e recepção de conteúdos midiáticos. A Internet rompeu até as barreiras geográficas. “As interações sociais não ficam mais presas aos ambientes físicos, surgindo assim várias maneiras de contato entre as pessoas e a formação de comunidades virtuais de conhecimento.” (ESPEJO, 2006, p.10).

A nova plataforma se popularizou, hoje está presente em boa parte dos lares. A internet no Brasil experimentou um crescimento que impressiona. De acordo com um estudo⁹ realizado pelo Comitê de Gestão da Internet no Brasil, entre 1996 e 1997, o número de usuários passou de 170 mil para 1,3 milhão, um crescimento de quase 1000%. Segundo o Comitê, em janeiro do ano 2000 cerca de 4,5 milhões de pessoas tinham acesso à rede. De acordo com o IBGE, atualmente 116 milhões de brasileiros a utilizam¹⁰.

Atualmente o número de sites existentes ultrapassa a casa dos milhões. O consumo de notícias por meio da internet atinge 91% dos brasileiros. Esse número tão alto coloca o país em 3º lugar no ranking da pesquisa, que foi realizada em 26 países. No entanto, há de se considerar que, embora seja promissora a força da produção on-line, outros veículos ainda mantêm considerável alcance de público.

Prova é que um estudo¹¹ feito pelo Instituto Reuters, da Universidade de Oxford, em 2016, mostrou que 79% dos brasileiros ainda assistem aos noticiários de TV.

O país é o primeiro na lista de crescimento de consumo de conteúdo jornalístico on-line. Os internautas brasileiros são um dos que mais interagem com

⁹ Disponível em <https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/6/Panorama_Setorial_11.pdf> acesso em 22/08/2018

¹⁰ Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml>> acesso em 22/08/2018.

¹¹ Disponível em <<https://static.poder360.com.br/2016/12/Pesquisa-instituto-Reuters.pdf>> acesso em 22/08/2018.

essas notícias. Ficaram na primeira posição, junto com a Turquia. Ambos apresentam um índice de 90% dos leitores compartilhando, comentando ou curtindo o conteúdo online.

3.2 Transmídia e convergência em busca de audiência

O cenário online é dinâmico. A comunicação dificilmente encontra limites e as informações chegam e são enviadas por toda a parte. Devido à portabilidade advinda dessas novas tecnologias, vive-se em uma era onde há mídia em quase todos os cantos. Esse cenário vem provocando mudanças profundas que tem resultado no processo de convergência das mídias. Como define Jenkins:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem esta falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 27).

Para Jenkins, a convergência é muito mais do que apenas uma mudança tecnológica, também é mercadológica e afeta as camadas sociais e culturais. “É um fluxo de conteúdos por meio de múltiplos suportes midiáticos, com a cooperação entre muitos mercados midiáticos” (JENKINS, 2009, p. 40).

Martino (2015), afirma que a ideia de meios de comunicação na cultura da convergência é bastante abrangente, e se refere desde as antigas mídias de massa, como cinema e TV, até as mídias digitais e interações no ciberespaço. “A convergência não significa que um meio novo destrua ou invalide um meio antigo, mas entende que ambos se modificam mutuamente” (IDEM, 2015, p.36). A convergência parte do princípio que as mídias tendem a se agregar, gerando novas articulações na maneira de como é vivenciado esses fenômenos.

Em um espaço de mídias agregadas, existe a competição por audiência, independente da plataforma. “No ciberespaço, todas as empresas competem em tudo, uma vez que são emissoras simultâneas das chamadas mídias tradicionais: TV, rádio, jornal ou revista” (Barbeiro; Lima, 2013. p. 41).

Há alguns anos a audiência das emissoras abertas em horário nobre no Brasil caiu. Uma pesquisa divulgada pelo Ibope mostrou¹² que de 2000 a 2009, houve uma diminuição de 7% de televisões ligadas no horário nobre. “O avanço das novas mídias é apontado como um dos principais motivos para esses números” (MOREIRA, 2012, p.197).

Estas transformações foram suficientes para obrigarem os meios a se adaptarem e mais que isso: dialogarem. Começa a haver um processo de apropriação de linguagens antes exclusivas. Vê-se o compartilhamento de vozes, interfaces, técnicas, frames, áudios, tipologias e tudo que a tecnologia for capaz de suportar. “As transformações no ecossistema midiático levaram os meios tradicionais a se adaptar e se renovar diante da irrupção dos novos meios interativos para, dessa maneira, manter sua sobrevivência e rentabilidade” (MOREIRA, 2012, p.195).

Na visão de Fechine, a televisão sofreu diretamente com essas inovações. Ela não morreu, mas teve que se reinventar:

Não devem ser desconsideradas as mudanças que os novos meios estão causando nos tradicionais, entretanto, melhor do que pensar na morte da TV é apostar na influência recíproca entre meios. Inserida dentro de uma mesma ecologia mediática, a televisão tem sido afetada, de modo direto, pelos novos modos de produção das tecnologias da convergência, seja pela emergência dos meios interativos, seja pela circulação de conteúdos por diferentes sistemas de distribuição (FECHINE, 2009, p. 139).

Jenkins aposta que a TV do futuro será um mix de fluxos de conteúdos. Para ele, a tendência de comunicação unilateral é desaparecer:

A TV do futuro, vista a partir do momento atual, talvez seja irreconhecível, definida não apenas por canais de TV lineares, embalados e programados por executivos, mas semelhante a um caleidoscópio, milhares de fluxos de conteúdo, alguns indistinguíveis como verdadeiros canais. Esses fluxos irão misturar conteúdos, programas e colaboração dos espectadores. No nível mais simples, as audiências irão organizar e reorganizar o conteúdo do jeito que quiserem. Irão acrescentar comentários aos programas, voltar neles e, de maneira geral, mexer neles [...] nesse extremo do espectro, a relação tradicional do monólogo do transmissor ao espectador agradecido irá desaparecer. (JENKINS, 2009, p.324).

¹² Em 2000, a média anual era de 66% de aparelhos de TVs ligados, no ano de 2009, o percentual caiu para 59%.

3.3 Estratégias da Rede Globo em um cenário convergente

Todas essas alterações e novidades possivelmente fizeram as empresas de comunicação se remodelarem, a Rede Globo foi uma delas. A maior emissora de TV aberta do Brasil se viu diante destas transformações e não havia como não se reestruturar.

O conglomerado de informações daria, como nunca havia sido possível antes, uma visão multiplataforma de todo o conteúdo desta organização. Toda esta evolução provocou mudanças não só na oferta de conteúdos como no fazer jornalístico e, lógico, na interação com o público. A internet foi a grande propulsora de todas essas mudanças e seu aporte possibilitaria ainda o que viria a se nomear como convergência das mídias “Nota-se um esforço da Globo em lançar suas produções para outros meios de comunicação dentro deste conceito da nova televisão” (MOREIRA, 2012, p. 200).

Uma das formas que o grupo Globo encontrou de se adaptar a esse fenômeno de convergência, foi investir na produção de conteúdos transmídias, que Jenkins (2009) define como:

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 – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. 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, 2009, p. 135).

Uma narrativa transmídia pode ser considerada um fenômeno que se multiplica por vários formatos de mídia. Ela recebe atualizações de quem emite a informação e também de quem a consome. Esses são estimulados pelas diferentes mídias e “sustentam uma profundidade de experiências que os motivam a usufruírem cada vez mais destes conteúdos, desenvolvendo um processo de convergência” (ULBRICHT, 2015, p.10).

O Grupo Globo veio experimentando diversos conteúdos que apostavam nessa linha, proporcionando integração entre a televisão aberta e a Internet. A dramaturgia foi uma das áreas cobaias desse tipo de investimento. Em 2009 a telenovela *Malhação*, ganhou uma versão própria para a Internet. Essa versão não

era uma adaptação ou remontagem. Ela trazia conteúdo exclusivo através de uma web série independente, com atores e temáticas diferentes das exibidas na telenovela. Apresentava também em vídeos de dois minutos, desdobramentos que não foram exibidos na novela. “Além da web série, havia também um videogame, um blog, um fórum para debate público e o “Escondindo”, com vídeos disponíveis apenas para a plataforma web, com acesso feito através de uma senha” (RIBEIRO, 2018, p.186)

Segundo Ribeiro, em 2012, outra telenovela ganharia espaço na web. A novela *Cheias de Charme* lançou o blog do personagem e agente musical Tom Bastos. Neste blog continham informações e detalhes da vida de outras personagens, das quais o agente trabalhava. Outra inovação foi produzida durante a novela. O site oficial da banda formada pelas protagonistas (www.empreguetes.com.br). Ele era mencionado na novela há todo tempo. O clipe protagonizado pelas personagens foi exibido em primeira mão no site em um sábado. Na TV ele só foi exibido na segunda-feira.

A telenovela também fazia interações no Twitter, e durante a própria novela, chamando o público para acessar o site da novela, teve inúmeros produtos licenciados, teve uma audiência de 30 pontos de média, milhões de visualizações na internet, com os clipes e o site da internet, e uma repercussão enorme nas redes sociais durante a exibição da novela (RIBEIRO, 2017, p.10)

A novela *Totalmente Demais* (2016) é um exemplo mais recente. Ela estreou um capítulo 0, que foi transmitido uma semana antes da estreia oficial da novela em rede nacional pelo aplicativo do Globo Play e pelo site do Gshow. Paralelamente a exibição da novela, foi criada uma websérie de 10 episódios, correlacionada com a trama, chamada de *Totalmente Sem Noção Demais*. A trama contava a história dos personagens um ano antes do tempo que a novela retratava, uma espécie de pré trama.

A percepção das remodelações nas recentes transformações da teledramaturgia da emissora, acende um alerta em divulgar o conteúdo das novelas em outras plataformas, convidando a uma interação com autores e personagens “A incorporação crescente dos usuários na Rede propicia a configuração de um entorno midiático onde as fronteiras entre produção e recepção são cada vez mais difusas, que está transformando a rede no principal aliado da ficção televisiva” (LACALLE, 2010, p. 79).

Ainda focada na dramaturgia, outra estratégia utilizada pela emissora foi a criação de blogs de autores. Um exemplo foi o blog da escritora Glória Peres. Antes da estreia de *Caminho das Índias*, a autora lançou e seu blog discussões acerca dos temas que abordaria na novela. Isso deu ao expectador a oportunidade de acompanhar e interagir na criação do roteiro.

O programa de auditório, *Norma*, lançado em 2009, contou com a ajuda do público para definir seu desenrolar. A personagem principal contava com a interatividade da plateia e dos internautas que construíam o enredo e definiam o rumo que o programa iria tomar. Um blog colocava em pauta os assuntos possivelmente tratados pelo programa, e nele continha uma votação, possibilitando interação direta com o público. Lacalle (2010) acredita que o uso de novas tecnologias é considerado um dos motores da renovação televisiva.

O casamento entre a televisão e as novas tecnologias, sobre o qual se firma a crescente construção e o impulso das narrativas transmediáticas, é, sem dúvida, por amor (por parte dos destinatários), mas também por conveniência (por parte dos emissores), e está rejuvenescendo um meio cuja rentabilidade em curto prazo passa precisamente pela parceria com novas tecnologias (LACALLE, 2010, p. 82).

O reality show *Superstar* é outro exemplo. O programa, que apresenta uma competição entre bandas, é transmitido na TV, mas o público através da Internet vota e conforme essa votação, ao vivo, a pontuação da banda preferida vai subindo. É o público através de uma plataforma decidindo diretamente o futuro da programação de outra. “O receptor interfere no conteúdo difundido pelo emissor, fato que torna o reality show *SuperStar* inovador, já que contrasta com o cenário obsoleto onde os receptores são passivos as informações e não possuem a oportunidade de externar suas convicções” (Ulbricht, 2015, p.14).

Não é só no entretenimento que a cultura da convergência apressou o processo de adequação. No jornalismo também. Como aponta Brasil (2007) existem várias causas para a queda de audiência e de interesse de público nos telejornais. Entre elas, insistir no tradicional modelo autoritário de telejornalismo, monopolizando a identidade do informativo, além de não alterarem o quadro de apresentadores, o que não atrairia o interesse dos mais jovens.

O telejornal precisa se reinventar cada dia mais, trazer o dinamismo e interatividade tecnológica que faltam, com âncoras jovens, notícias interessantes e que atendam ao público heterogêneo, em que tanto o de

baixa como de alta renda, entendam o que é veiculado nas notícias, o chamado telespectador médio (NATALINO, 2007, p.95).

Uma outra hipótese para a queda de audiência no telejornalismo segundo Moreira (2012) é que a grande velocidade da Internet faz com que as pessoas não se amarrem mais na programação jornalística estabelecida pela TV. Muitas delas já sabem das notícias que serão transmitidas no telejornal, ou viram em sites, rádios e canais de notícias 24h. Por isso, o conteúdo fica velho e esse público prefere migrar para outro tipo de programação.

O modelo do tradicional telejornal brasileiro vem mudando aos poucos, para poder atender ao público que agora exige outro tipo e apresentação. Porém de pouco tempo para cá que a convergência passou a atuar nesse nicho e talvez esteja sendo entendida como uma alternativa. Um dos exemplos dessa atuação, ainda que em menores proporções, foram as mudanças do Jornal Nacional.

O “Jornal Nacional” embora lentamente tivesse mudanças no formato do telejornal, está menos engessado, menos político, com pitadas de opinião, há interação dos apresentadores com o público nas redes sociais através de chamadas bem curiosas e engraçadas, apontando o que será destaque no jornal, a âncora feminina foi trocada algumas vezes nos últimos anos, embora o apresentador e editor-chefe William Bonner permaneça há mais de 18 anos no comando do principal telejornal brasileiro (RIBEIRO, 2017, p.5)

O público agora acessa conteúdos de forma quase que total, quando e onde desejar, utilizando diversos dispositivos. Para a retomada do fato acontecido ele pode através de vídeos e interação, como chats e fóruns saber e dialogar om qualquer assunto. A interatividade permite aos usuários usarem as mídias para organizar seu espaço e seu tempo, não o inverso. Se antes os meios tradicionais se baseavam na manipulação das imagens e dos sons, na linearidade do texto, a partir de um centro emissor (Vilches, 2003), agora o domínio é do público, ao menos em boa parte do que é oferecido. Eis um dos maiores êxitos das novas tecnologias e da convergência midiática. A Rede Globo, por tanto, parece começar a entender a força do público.

4 ESTRATÉGIAS CONVERGENTES NO JORNALISMO DA REDE GLOBO

O presente capítulo se desenhará em três partes. A primeira traz breve apresentação e trajetória sobre a Rede Globo de Televisão. Em seguida serão analisadas as estratégias de convergência nos objetos de pesquisa deste trabalho: portal G1, G1 em 1 minuto e portal Globo.com. As metodologias utilizadas e os dados recolhidos para fundamentar a pesquisa também se desdobrarão neste capítulo. Por fim, haverá uma análise desses dados e as conclusões dos mesmos.

4.1 Rede Globo: 53 anos de poder e liderança

O princípio da atuação de sucesso da TV Globo teve início em 1957, quando o ex-presidente Juscelino Kubitschek aprovou a concessão de uma estação de TV a até então Rádio Globo, e em 1965 surge o canal 4, futura TV Globo no Rio de Janeiro (MEMÓRIA GLOBO, 2013)¹³.

Em 26 de abril de 1965, é inaugurada a TV Globo, canal 4, no Rio de Janeiro. A emissora é o embrião da futura Rede Globo de Televisão. Localizada em um prédio no bairro do Jardim Botânico, zona sul da cidade, as instalações são projetadas para abrigar uma estação de televisão, diferente do que havia acontecido com outras emissoras até então (MEMÓRIA GLOBO, 2013).

O grupo de comunicação atualmente é o maior do Brasil, segundo o site Valor Econômico (2017)¹⁴. O conglomerado reúne: televisão aberta, televisão por satélite e a cabo, jornais, revistas, rádio, internet, registro de domínios na internet, gravadora, cinema, licenciamentos, eventos e telecomunicações, de acordo com dados da fonte Memória Globo (2013). Além disso, se intitula com alto padrão de qualidade em suas produções.

Reconhecida pelo alto padrão de qualidade, marca que imprimiu desde a sua fundação em 1965, a TV Globo tem uma trajetória que se confunde com a história da televisão no Brasil, sempre pautada pelo pioneirismo e inovação (GRUPO GLOBO, 2015).¹⁵

¹³ Disponível em <<http://historiagrupo Globo.com/hgg/index.htm>> Acesso em 15/09/2018

¹⁴ Disponível em <<http://www.valor.com.br/empresas/5228401/maior-grupo-de-comunicacao-do-pais-globo-tem-novo-comando-executivo>> Acesso em 15/09/2018

¹⁵ Disponível em <<https://grupoglobo.globo.com/quem-somos/>> Acesso em 15/09/2018

Em 2013, através de dados publicados pelo *Globo Investor Relation* ¹⁶ as Organizações Globo, acumularam um faturamento de R\$ 14,6 bilhões. Isso colocou a corporação colocou como a empresa que mais faturou nesse segmento no Brasil.

De acordo com Ulbrich (2015), desde sua criação até hoje, a Rede Globo acumula a maior audiência e faturamento do mercado brasileiro.

Segundo o estudo realizado pela Zenith Optimedia (2013), agência de pesquisa norte-americana especializada em retorno sobre investimentos de veículos de comunicação, utilizando como referência o faturamento das empresas do ramo no ano de 2011, às Organizações Globo estão entre os trinta maiores grupos de mídia do planeta. O grupo que possui em sua liderança empresas norte-americanas como Google em primeiro lugar, com faturamento de US\$ 37,9 bilhões, The DirecTV Group com US\$ 27,2 bilhões, News Corporation com US\$ 26,4 bilhões e Walt Disney Company com US\$ 19,7 bilhões, nos respectivos segundo, terceiro e quarto lugar, apresenta as Organizações Globo em décimo sétimo lugar com um montante de US\$ 4,7 bilhões. (ULBRICH, 2015, p.6)

Em se tratando de objetos jornalísticos, a Globo é uma das maiores produtoras de conteúdo atualmente. Para não perder espaço e se adequar, ela , é o que se pretende confirmar nesta pesquisa, sentiu a necessidade de se adaptar e fazer convergir seus produtos para uma plataforma digital. Portais vinculados aos conteúdos televisivos começaram a surgir no país, principalmente a partir do século XXI. Na maior emissora do país, não poderia ser diferente. Em 2000, foi criado o Globo.com, o primeiro portal do grupo na Internet. Nele eram hospedados cerca de 700 sites entre os da empresa Globo e outros filiados (MEMÓRIA GLOBO, 2013).¹⁷

Globo.com opera as plataformas digitais do Grupo Globo. A empresa, de capital nacional, foi criada no ano 2000 para reunir e distribuir todo o conteúdo digital do Grupo. Hoje, a empresa atua como provedora de serviços tecnológicos e plataformas web para o Grupo Globo, além de servir como suporte estratégico no planejamento de Internet. (GLOBO.COM, 2013)

Uma pesquisa feita pela Amazon e divulgada pela Exame em 2017, coloca o site como o quinto mais acessado do Brasil, as quatro primeiras posições são ocupadas por sites de entretenimento e redes sociais, o que o coloca no patamar de portal de notícias mais acessado do país.¹⁸

¹⁶ Serviço da empresa voltado à investidores. Disponível em <http://globoir.globo.com/> Acesso em 15/09/2018

¹⁷ Disponível em: < <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>> acesso em 24/02/2018> Acesso em 15/09/2018

¹⁸ Disponível em < <https://exame.abril.com.br/tecnologia/os-50-sites-mais-acessados-do-brasil-e-do-mundo/>> Acesso em 15/09/2018

Seis anos mais tarde, para modernizar o Globo.com, foi lançado o G1, um portal de notícias que substituiu o antigo Globonews.com, também hospedado na Globo.com.

O portal dá acesso, em um só endereço, ao conteúdo de jornalismo da Rede Globo, da Globo News, das rádios Globo e CBN, dos jornais O Globo e Extra, das revistas Época e Globo Rural, entre outras. Além de cinco redações nas emissoras Globo situadas em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte e Recife, o G1 tem equipes completas em todas as emissoras afiliadas. Conta também com as informações produzidas pelos jornais, rádios e revistas do Grupo Globo, além de serviços e agências de notícias nacionais e internacionais. (MEMÓRIA GLOBO, 2013)

Atualmente além do G1 nacional, que abrange os principais conteúdos noticiosos do Brasil e do mundo, existem 27 G1 regionais, neles, as informações são abastecidas pelas afiliadas da emissora. De acordo com a emissora, no G1 o usuário tem a possibilidade de interagir através das redes sociais. "O conteúdo do G1 também está disponível nos dispositivos mobile e em tablets. A interatividade com o usuário se dá através do portal e nas suas contas no Facebook, no Twitter e no Instagram" (MEMÓRIA GLOBO, 2013)¹⁹

Em 2008, o diretor geral da Rede Globo, Octávio Florisbal deu uma entrevista²⁰ para a folha falando sobre o futuro, na ocasião, das produções globais. Sob uma perspectiva visionária Florisbal afirmou que a médio prazo, a empresa investiria em conteúdo de curta duração, pois o telespectador de celular e miniTV (smartphone) não teria muito tempo para se dedicar ao aparelho, pois estaria em trânsito. Florisbal disse que inicialmente a Globo planejava produzir programetes voltados para esse público em trânsito, que estariam inseridos nos intervalos da programação convencional, acessíveis a todos os telespectadores.

Essas produções consistiriam em boletins noticiosos e "pílulas" de programação, entre a "Sessão da Tarde" e a novela das seis (primeira do horário nobre), para atingir o público que estaria voltando para casa. "No futuro, se a legislação permitir, podemos fazer para os celulares programação totalmente diferente", disse Florisbal.

¹⁹ Disponível em < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/g1-em-um-minuto.htm?paginaManter=1&voltar=sim> > Acesso em 15/09/2018

²⁰ Disponível em < <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2703200804.htm> > Acesso em 15/09/2018

O que Florisbal falou à revista era o esqueleto do que se tornaria o boletim, G1 em 1 minuto, sete anos depois. Em 2015 o boletim estava no ar na telinha da globo. A aposta da emissora era “lançar um programa jornalístico completamente diferente do que existia no ar” (MEMÓRIA GLOBO, 2013).

Foram seis meses de preparação desde a elaboração da linguagem até a escolha dos apresentadores. Segundo a emissora, o G1 em 1 minuto “nasceu de uma parceria entre o G1, portal de notícias da Globo, e o Jornalismo, em uma tentativa de aproximar plataformas e atrair os jovens do ambiente online para a televisão e vice versa”, o que sugere interferência direta da convergência midiática.

Em entrevista concedida ao Memória Globo, o apresentador William Bonner, conta que a ideia inicial do boletim televisivo surgiu no cenário das mudanças exigidas pelo público.

“Nós estamos vivendo a revolução e outro produto que surgiu disso é o G1 em 1 Minuto. Foi uma ideia muito simples: a gente tinha que pensar em multiplataforma para o público jovem. Veio a ideia: eles fazem televisão na internet e mandam para a gente, a gente franqueia e abre a programação da TV aberta para o G1, que produzindo uma troca de energias” (MEMÓRIA GLOBO, 2013)²¹

O referido conteúdo televisivo pode ser analisado como um produto que visa falar com um leitor imersivo, utilizando a abordagem transmidiática da informação.

Um dos motivos para acreditar em tal estratégia midiática é a postura dos apresentadores do boletim, que conta com dois apresentadores – uma mulher na parte da manhã e um homem no turno da tarde. Os dois apresentadores são dotados de uma aparência bastante jovem, um visual mais casual e despojado, ou seja, menos preocupados com as formalidades que permeiam o jornalismo televisivo tradicional. (ESPEJO, 2016, p.9)

Ainda segundo a autora, essa postura deixa claro a preocupação da emissora em criar um laço com o espectador atual. O boletim pode ser visto com um pontapé para ligações hipertextuais, já que a chamada na TV pode levar o público a um ambiente hipermidiático em busca de mais detalhes sobre a notícia exibida.

O G1 em 1 minuto funciona como um nó que conecta o espectador ao conteúdo criado e divulgado na web. É importante ressaltar que o conteúdo publicado no portal tem uma linguagem distinta das inseridas na TV, pois as mídias possuem formas diferentes de trabalhar a informação, o que corrobora para que possam trabalhar em conjunto, vista a variedade de perspectivas permitidas pelos

²¹ Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/g1-em-um-minuto/g1-em-um-minuto-criacao.htm>> Acesso em 15/09/2018

próprios meios. “Para McLuhan, o meio, o canal, a tecnologia em que a comunicação se estabelece, não apenas constitui a forma comunicativa, mas determina o próprio conteúdo da comunicação” (POMBO, 2009, p.2)

Ao incluir na televisão parte do conteúdo da Internet, a Globo demonstra preocupação em tornar seus produtos mais propagáveis e convergentes. Uma vez que o G1 em 1 minuto apresenta apenas um resumo sobre alguns fatos noticiados pelo portal G1 “a associação para complementar o consumo - caso o espectador tenha interesse em fazê-lo, será uma ação do leitor conectado” (ESPEJO, 2016, p.9). Com isso, conclui-se que G1 em 1 minuto trabalha a favor de convidar o telespectador a acessar o portal, estabelecendo um elo com o sujeito conectado.

4.2 Apresentação da metodologia e análise

A metodologia do trabalho foi dividida em duas partes, revisão bibliográfica sobre autores que escreveram sobre as temáticas e uma análise. Essa foi feita da seguinte forma: ao longo de sete dias foram coletadas em três plataformas do grupo Globo, as manchetes das notícias em dois horários específicos, ao meio dia e às 17h da tarde. As plataformas escolhidas foram portal G1, G1 em 1 minuto e Globo.com, que neste capítulo a título de facilitação de leitura serão apresentadas em cores distintas. Ao se levantar estas manchetes buscou-se verificar se havia sincronia ou interligação entre seus conteúdos.

Os dados levantados serão abaixo apresentados em formato de quadros, onde as notícias foram coloridas em amarelo quando demonstraram ligação. Também foram divididas e organizadas dia a dia. Ao final, os dados foram compilados até que se chegasse ao número total de notícias que tiveram ligação entre si no período de tempo estipulado no levantamento.

Lembrando que as notícias do **Globo.com** foram analisadas através da home do site. As notícias analisadas do **portal G1** foram as que estiveram em destaque, ou seja, as que ocuparam, nos respectivos horários já mencionados, o topo da página, e as do **G1 em 1 minuto** foram as que a exibição na TV ocorreu nos horários convencionados no levantamento. A seguir, apresentam-se os resultados quadro a quadro, dia a dia.

Quadro 1: compilação dos dados do dia 20 de setembro de 2018, quinta-feira

20/09/18		
NOTÍCIAS G1 EM 1 MINUTO	NOTÍCIAS G1 PORTAL	NOTÍCIAS GLOBO.COM
12H		
JUSTIÇA ELEITORAL REJEITA QUASE 2,6 MIL CANDIDATURAS	2,6 MIL CANDIDTOS FORAM BARRADOS, 154 COM BASE NA LEI DA FICHA LIMPA	NÃO HÁ RELAÇÃO
VENEZUELANOS FAZEM FILAS EM RORAIMA PARA CONSEGUIR COMIDA	PAES QUER TESTE DE HONESTIDADE PARA SERVIDOR E REJEITA ASSOCIAÇÃO COM CABRAL	CANDIDATO DO DEM, EDURADO PAES, FALA AGORA AO G1 E CBN
MINEIRO REPRESENTARÁ BRASIL EM COMPETIÇÃO MUNDIAL DE CUBO MÁGICO	SKAF DIZ QUE NÃO CONVIDARIA TEMER PARA SEU GOVERNO EM SP	PAULO SKAF FALA SOBRE PESQUISA ELEITORAL E QUADRILHÃO DO MDB
17H		
TIROTEIO DEIXA MORTOS E FERDOS NOS EUA	43% DIZEM QUE VICE TEM MUITA IMPORTANCIA NO VOTO PARA PRESIDENTE, PONTA DATAFOLHA	PARA 43% VICE TEM MUITA IMPORTÂNCIA NA DEFINIÇÃO DO VOTO
IML CONFIRMA MORTE DE ADVOGADA POR ASFIXIA	ADVOGADA TATIANE SPITZNER FOI MORTA POR ASFIXIA, DIZ IML	IML:ADVOGADA MORREU POR ASFIXIA MECÂNICA
PROFESSOR PEDE AFASTAMENTO POR AGRESSÃO	PROFESSOR PEDE AFASTAMENTO APÓS SER AGREDIDO E XINGADO EM ESCOLA	NÃO HÁ RELAÇÃO

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em informações colhidas do sites G1 e Globo.com

Já na primeira captura de dados um fato curioso apresentou-se durante a manhã. Além da interação marcada em amarelo na tabela, o que de antemão demonstra a replicação de conteúdo em mais de uma plataforma do grupo, verificou-se um diálogo direcional de audiência, quando o **Globo.com** anunciou a entrevista que seria concedida pelo candidato ao governo do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, ao **G1 Portal** (marcação em vermelho). Desta forma, percebe-se que, além da replicação de conteúdo, há uma aproximação entre as plataformas que não se restringe ao compartilhamento de dados ou notícias, mas potencialmente um direcionamento do público a mais canais da Globo. No período da manhã, três temáticas foram abordadas em no mínimo duas plataformas. Ambas se tratavam de matérias políticas.

Já na parte da tarde, dos quatro assuntos que receberam destaque nas plataformas, ao menos dois se repetem nos três canais. Além disso, um assunto teve repercussão em todas as plataformas. No caso, o resultado da perícia da morte da advogada Tatiane Spitzner²². O assunto ganhou destaque nas três plataformas por se tratar uma morte com indícios de crueldade e com características de feminicídio. Vale ressaltar que esta repercussão generalizada pode ser entendida segundo os critérios de noticiabilidade enumerados por Nelson Traquina como muito importante. “Podemos dizer que todos seremos notícia pelo menos uma vez- no dia seguinte à nossa morte, ou nas páginas internas ou com destaque na primeira página” (TRAQUINA, 2002, p.188). Pode-se observar ao longo dos dias que matérias relacionadas a morte, especialmente as mais brutais, ou que ganharam grande repercussão, são sempre destaque nos noticiários.

Um outro assunto muito repercutido ao longo deste primeiro dia analisado foi replicado duas vezes e deu conta do afastamento de um professor que foi agredido em sala de aula em Arraial do Cabo, região do Lagos- RJ²³. Ambos os casos tiveram muita repercussão notadamente entre o público por isso seus desdobramentos podem ter ganhado mais destaque nas mídias.

²² Notícia de uma advogada que foi morta brutalmente pelo esposo com características de feminicídio. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2018/09/20/iml-conclui-que-advogada-tatiane-spitzner-morreu-por-asfixia.ghtml>> Acessado em 20/09/2018

²³ Disponível em: < <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2018/09/20/desejo-continuar-com-a-minha-profissao-mas-temo-pela-minha-vida-diz-professor-agredido-em-sala-de-aula-no-rj.ghtml>> Acessado em 20/09/2018

Quadro 2: compilação dos dados do dia 21 de setembro, sexta-feira

21/09/18		
NOTÍCIAS G1 EM 1 MINUTO	NOTÍCIAS G1 PORTAL	NOTÍCIAS GLOBO.COM
12H		
ARRECADAÇÃO TEM MELHOR AGOSTO DESDE 2014	ARRECADAÇÃO DO GOVERNO É A MAIOR PARA AGOSTO EM 4 ANOS: ALTA DO PETRÓLEO AJUDA	ARRECADAÇÃO É A MAIOR PARA AGOSTO EM ANOS COM ALTA DO PETRÓLEO
RIO TIETÊ TEM 122 KM DE POLUIÇÃO	ROMÁRIO NÃO COMPARECE A ENTREVISTA MARCADA COM G1 E CBN	NÃO HÁ RELAÇÃO
AULAS DE GRAÇA EM BOTAFOGO	ASSISTA: ROGÉRIO CHEQUER É ENTREVISTADO; MANDE SUA PERGUNTA	NÃO HÁ RELAÇÃO
17H		
BRASIL CRIA 110 MIL EMPREGOS FORMAIS	BRASIL CRIA 110,4 MIL EMPREGOS COM CARTEIRA ASSINADA EM AGOSTO	NÃO HÁ RELAÇÃO
LANÇAMENTO SINTONIA ELEITORAL	QUAIS CANDIDATOS ESTÃO EM SINTONIA COM AS SUAS IDEIAS? FAÇA UM TESTE E COMPARTILHE	NÃO HÁ RELAÇÃO
ATROPELAMENTO EM ITAPERUNA		NÃO HÁ RELAÇÃO

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em informações colhidas do sites G1 e Globo.com

No período da manhã do dia 21 de setembro, apenas um assunto foi replicado em mais de uma plataforma. O aumento da arrecadação do governo foi destaque nos três produtos da Rede Globo, já os outros assuntos foram veiculados separadamente nas plataformas.

À tarde dois assuntos ocuparam destaque nas plataformas **G1 em 1 minuto** e **G1 portal**. Um deles foi a criação de mais de 100 mil empregos no país, o outro a criação de um aplicativo do G1 para as eleições. Apenas no **Globo.com** a criação do aplicativo não esteve entre as notícias de destaque.

A abordagem do lançamento do aplicativo foi utilizada de duas estratégias diferentes na TV e no **site do G1**, essas diferentes formas podem ser vistas como uma estratégia de convergência segundo Jenkins (2009).

A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo midiático específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em relação a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos midiáticos e em direção a relações cada vez mais complexas (*IDEM*, 2009, p.310)

Com isso, fica clara a intenção de demonstrar que **G1** e **G1 em 1 minuto** apesar de estarem em plataformas diferentes possuiu uma sincronia incontestável.

Quadro 3: compilação dos dados do dia 24 de setembro, segunda-feira

24/09/18		
NOTÍCIAS G1 EM 1 MINUTO	NOTÍCIAS G1 PORTAL	NOTÍCIAS GLOBO.COM
12H		
MAIS DE 2 MILHÕES DE BRASILEIROS PEDIRAM DEMISSÃO	GASTOS DOS BRASILEIROS NO EXTERIOR CAEM MAIS DE 20% EM AGOSTO	COM DÓLAR ALTO, GASTO DOS BRASILEIROS NO EXTERIOR CAI 20, 8% EM AGOSTO
OPERAÇÃO PARA DESARTICULAR MILÍCIAS	INDONÉSIO SOBREVIVE APÓS 90 DIAS À DERIVA NO OCEANO PACÍFICO	JOVEM IDONÉSIO SOBREVIVE APÓS 49 DIAS EM CABANA
EM RECIFE FAMÍLIA ENCONTRA JACARÉ EM CASA	CRISTIANO RONALDO E MODRIC TRAVAM DISPUTA ACIRRADA POR PRÊMIO DA FIFA	NÃO HÁ RELAÇÃO
17H		
TERMINA PRAZO PARA SACAR PIS PASEP	PT E PSB SÃO OS PARTIDOS QUE MAIS PERDERAM CANDIDATOS EM 2018	NÃO HÁ RELAÇÃO
MARTA GANHA PRÊMIO PELA SEXTA VEZ	SIGA: MARTA VENCE PRÊMIO DA FIFA DE MELHOR JOGADORA DO MUNDO PELA 6ª VEZ	MARTA É ELEITA MELHOR DO MUNDO PELA 6ª : SIGA THE BEST
TOFFOLI SANCIONA LEI QUE TORNA CRIME IMPORTUNIDADE SEXUAL	TOFFOLI SUBSTITUI TEMER E ASSINA 1ª LEI COMO PRESIDENTE EM EXÉRCITO	TOFFOLI SANCIONA LEI COMO INTERINO NA PRESIDÊNCIA

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em informações colhidas dos sites G1 e Globo.com

Ao meio dia a manchete econômica sobre os “gastos dos brasileiros no exterior” foi noticiada somente pelas plataformas digitais, **portal G1** e **Globo.com**. O mesmo aconteceu com o caso do indonésio que ficou 49 dias a deriva no oceano pacífico. O **G1 em 1 minuto**, não veiculou nenhum desses dois assuntos.

Porém, no horário da tarde, dois assuntos tiveram repercussão em todas as plataformas. A jogadora Marta liderou o pódio de destaque do dia, inclusive o

principal na seção de esportes do [Globo.com](#). Seguido de Marta, a lei assinada pelo presidente interino Dias Toffoli onde tornava crime à importunidade sexual.

Quadro 4: compilação dos dados do dia 25 de setembro, terça-feira

25/09/18		
NOTÍCIAS G1 EM 1 MINUTO	NOTÍCIAS G1 PORTAL	NOTÍCIAS GLOBO.COM
12H		
SP TEVE 10 CASOS DE IMPORTUNAÇÃO SEXUAL POR DIA EM 2018	IBOPE: BOLSONARO LIDERA NA MAIORIA DOS SEGMENTOS E HADDAD GANHA VOTOS ENTRE HOMENS MAIS VELHOS, E NO SUL	NÃO HÁ RELAÇÃO
TEMER DESTACA INTOLERANCIA EM ASSEMBLEIA	TEMER DIZ NA ONU QUE ISOLACIONISMO E INTOLERÂNCIA SÃO DESAFIOS PARA O MUNDO	TEMER ABRE DEBATE E DIZ QUE INTOLERÂNCIA DESAFIA A ORDEM MUNDIAL
PRIMEIRA MINISTRA DA NOVA ZELÂNDIA LEVA BEBE PARA ASSEMBLEIA	TRUMP DIZ QUE IRÃ QUER CAUSAR MORTES E DESTRUIÇÃO E QUE VENEZUELA VIVE TRAGÉDIA HUMANA	TRUMP SE ATRASA NA ONU E VOLTA A CRITICAR LÍDERES IRANIANOS
17H		
MAIS DE 1200 LOCAIS TRANSMITIRÃO VOTOS VIA SATÉLITES	ISOLADOS, MAIS DE 1,2 MIL LOCAIS DO PAÍS TERÃO TRANSMISSÃO DOS VOTOS VIA SATÉLITE NAS ELEIÇÕES 2018	1,2 MIL LOCAIS ISOLADOS DO PAÍS IRÃO TRANSMITIR OS VOTOS VIA SATÉLITE
FGTS COMO GARANTIA PARA CRÉDITO CONSIGNADO	31 DOS 35 PARTIDOS TEM AO MENOS UMA CANDIDATURA BARRADA PELA LEI DA FICHA LIMPA	NÃO HÁ RELAÇÃO
BILL COSBY É CONDENADO POR AGRESSÕES SEXUAIS	COMEDIANTE BILL COSBY É CONDENADO POR VIOLÊNCIA SEXUAL E PODE FICAR ATÉ 10 ANOS PRESO	COSBY É CONDENADO NOS EUA POR ABUSOS SEXUAIS DURANTE 40 ANOS

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em informações colhidas do sites G1 e Globo.com

No dia 25 de setembro pela manhã, dois assuntos dentro da Assembleia Geral da ONU foram destaque em pelo menos duas plataformas. Já o assunto relacionado ao discurso do presidente brasileiro Michel Temer, foi veiculado nos três meios de comunicação. Ainda retomando os critérios de noticiabilidade verifica-se que tal fato se deve à proximidade do público com o assunto. Fernandes (2012) atenta que esse critério é um dos mais relevantes “A proximidade é um dos fatores mais poderosos na hora de eleger uma notícia” (*IDEM*, 2012, p.6). O autor ainda afirma que essa proximidade não é só geográfica, mas também social e psicológica.

Um assunto tomou conta da programação das três plataformas pela tarde, os votos em mais de 1200 lugares no país serão transmitidos via satélite, o que não acontecia até então.²⁴

A condenação de um comediante americano por assédio sexual também se destacou nas três plataformas. Notícias que envolvam celebridades já são atrativas por si só. Ainda mais em se tratando de notícias negativas onde os personagens principais são pessoas públicas. “Como no tempo das “folhas volantes”, a celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento tem valor como notícia” (TRAQUINA, 2005, p.79).

Quadro 5: compilação dos dados do dia 26 de setembro, quarta-feira

26/09/18		
NOTÍCIAS G1 EM 1 MINUTO	NOTÍCIAS G1 PORTAL	NOTÍCIAS GLOBO.COM
12H		
MONITOR DA VIOLÊNCIA 3 MIL ASSASSINATOS EM JULHO	IBOPE: BOLSONARO LIDERA EM 14 ESTADOS E NO DF: HADDAD ESTÁ À FRENTE E 7	NÃO HÁ RELAÇÃO
55ª FASE DA LAVA JATO	ANÚNCIO DE POLÍTICOS EM PÁGINAS DE BUSCA CAUSAM BRIGA NA JUSTIÇA	NÃO HÁ RELAÇÃO
73% DOS BRASILEIROS NÃO GOSTAM DE FALAR SOBRE A MORTE	FALAR SOBRE A MORTE É TABU PARA MAIS DE 70% DOS BRASILEIROS	NÃO HÁ RELAÇÃO
17H		
MEIO MILHÃO DE PESSOAS JÁ RESPONDERAM AO SINTONIA ELEITORAL	IBOPE: BOLSONARO 27%, HADDAD 21%, CIRO 12%, ALCKMIN 8%, MARINA 6%	IBOPE: BOLSONARO 27%, HADDAD 21%, CIRO 12%, ALCKMIN 8%, MARINA 6%
MADURO VIAJA DE ÚLTIMA HORA PARA ASSEMBLEIA DA ONU	MADURO VIAJA DE ÚLTIMA HORA NY PARA FALAR NA ASSEMBLEIA DA ONU	NÃO HÁ RELAÇÃO
NASA LOCALIZA ROBÔ PERDIDO EM MARTE	GISELE BUNDCHEN DETALHA ATAQUES DE PÂNICO EM LIVRO: ME SENTI SEM PODER	NÃO HÁ RELAÇÃO

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em informações colhidas do sites G1 e Globo.com

²⁴

Disponível

em:<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/09/25/isolados-mais-de-12-mil-locais-do-pais-terao-transmissao-dos-votos-via-satelite-nas-eleicoes-2018.ghtml>> Acessado em 25/09/2018.

A quarta-feira foi um fraco dia de interação entre as mídias. No período matutino, apenas um assunto foi abordado em mais de uma rede: a pesquisa que aponta que mais da metade da população brasileira não gosta de falar sobre a morte. Assuntos como resultado de pesquisas eleitorais e dados sobre assassinatos não tiveram relevância suficiente para ocupar a programação de mais de uma plataforma durante a manhã, no entanto o cenário foi diferente durante a tarde que deixou as plataformas por conta de política nacional e internacional em boa parte do conteúdo trazido. Duas notícias dentro da editoria foram replicadas em mais de uma plataforma.

Quadro 6: compilação dos dados do dia 27 de setembro, quinta-feira

27/09/18		
NOTÍCIAS G1 EM 1 MINUTO	NOTÍCIAS G1 PORTAL	NOTÍCIAS GLOBO.COM
12H		
TSE REJEITA CANDIDATURA DE GAROTINHO	POR UNANIMIDADE, TSE BARRA CANDIDATURA DE GAROTINHO AO GOVERNO DO RJ	NÃO HÁ RELAÇÃO
ROCK BALBOA DA TIJUCA	MORRE AOS 82 ANOS JOAQUIM RORIZ, EX-GOVERNADOR DO DF	NÃO HÁ RELAÇÃO
SINTONIA ELEITORAL: APP G1 N ELEIÇÕES	G1 LANÇA PÁGINAS ESPECIAIS, FERRAMENTAS E ASSISTENTE DE VOZ PARA ELEIÇÕES	NÃO HÁ RELAÇÃO
17H		
MAIS DE 3 MILHÕES DE BRASILEIROS NÃO VÃO PODER VOTAR POR BIOMETRIA	VEJA COMO SABER SE VOCÊ ESTÁ ENTRE OS ELEITORES QUE TIVERAM O TÍTULO CANCELADO POR FALTAR À BIOMETRIA	NÃO HÁ RELAÇÃO
NÚMERO DE SUICÍDIOS ENTRE INDÍGENAS AUMENTOU 20% EM UM ANO	PETROBRÁS FAZ ACORDO DE R\$3,6 MILHÕES BILHÕES PARA ENCERRAR INVESTIGAÇÕES NOS EUA	NÃO HÁ RELAÇÃO
MARTA LEVA TROFÉU PARA ALAGOAS	NO SENADO DOS EUA, KAVANAUGH NEGA ATAQUE SEXUAL	KAVANAUGH NEGA TER COMETIDO ABUSO SEXUAL

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em informações colhidas do sites G1 e Globo.com

Mais uma vez a editoria de política gera muito conteúdo, o que não é de se espantar face à aproximação da pesquisa com o período do pleito. Um fato a se considerar, no entanto, é que, embora o conteúdo político possa requerer mais aprofundamento, o que em tese poderia inibir seu aparecimento em espaços muitos

reduzidos, a exemplo do **G1 em 1 minuto**, a interação com todas as mídias aconteceu, inclusive na TV.

Ainda sobre política e eleições, durante a tarde, o cancelamento de títulos por falta de biometria foi assunto nas plataformas, exceto na **Globo.com**. Na televisiva eles anunciam que milhões de títulos foram cancelados, e para instigar o público, a acessar o site, através de uma estratégia de convergência, o apresentador convida o telespectador a entrar na plataforma online para saber se o seu título foi um dos casos. Para Espejo (2016) tal estratégia pode ser vista como ponto de partida para ligações hipertextuais. “a chamada pode levar o espectador ao ambiente hipermidiático em busca de mais detalhes sobre aquela notícia” (*IDEM*, 2016, p.11). As duas plataformas conversam entre si para chamar a atenção e garantir a audiência do público.

Mais um caso de abuso sexual é destaque em mais de uma plataforma. Desta vez o juiz indicado por Trump para integrar a Suprema Corte nega acusações feitas por uma ex-colega de classe. Pautas como o aumento de suicídio entre indígenas e acordo feito pela Petrobrás não foram relevantes a ponto de se tornarem manchetes em mais de um veículo.

Quadro 7: compilação dos dados do dia 28 de setembro, sexta-feira

28/09/18		
NOTÍCIAS G1 EM 1 MINUTO	NOTÍCIAS G1 PORTAL	NOTÍCIAS GLOBO.COM
12H		
ESTADO DE SAÚDE DO CARTUNISTA ZIRALDO	4 ÁREAS DE EXPLORAÇÃO DE PRÉ-SAL SÃO LEILOADAS NAS BACIAS DE SANTOS E CAMPOS	NÃO HÁ RELAÇÃO
ATAQUE A TIROS EM ESCOLA, MEDIANEIRAS PARANÁ	VÍDEO MOSTRA SOM DE TIROS E CORRERIA APÓS ALUNO ABRIR FOGO EM ESCOLA E FERE 2	NÃO HÁ RELAÇÃO
MUSEU DE CARROS DA ERA SOVIÉTICA	FORTE TERREMOTO GERA ONDA DE 2 METROS EM ILHA DA INDONÉSIA	NÃO HÁ RELAÇÃO
17H		
BRASIL REGISTRA AUMENTO DE 7% NAS DOAÇÕES DE ÓRGÃOS NO PRIMEIRO SEMESTE	VEJA QUEM OS CANDIDATOS A GOVERNADOR APOIAM NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL	QUAL PRESIDENCIÁVEL OS CANDIDATOS AO GOVERNO ESTADUAL APOIAM?
GOVERNO FEDERAL DIZ QUE EM OUTUBRO LEVARÁ MAIS MIL VENEZUELANOS DE RORAIMA PARA OUTROS ESTADOS	FACEBOOK REVELA FALHA NA SEGURANÇA QUE AFETA QUASE 50 MILHÕES	ATAQUE VIRTUAL AO FACE AFETA 50 MILHÕES DE PERFIS
SINTONIA ELEITORAL: G1 NAS ELEIÇÕES	EX-COMBATENTE DIZ QUE ESTADO ISLÂMICO TEM BRASILEIROS	NÃO HÁ RELAÇÃO

Fonte: Quadro elaborado pela autora com base em informações colhidas do sites G1 e Globo.com

No último dia de análise, um ataque a tiros dentro de uma escola no Sul do país se destacou em mais de uma plataforma. Apenas um assunto entre os cinco veiculados no horário de 12h.

Já a tarde dois assuntos ainda na editoria política se interligaram. A declaração de apoio a candidatos à Presidência por parte dos candidatos a governador.

Os dados apontaram que das 65 notícias publicadas 39 foram veiculadas em apenas uma plataforma, 20 foram replicadas em mais de uma e 7 ganharam destaque em todas as analisadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o período analisado de sete dias foram compilados dados de três plataformas alimentadas pelo grupo Globo, no caso **G1**, **G1 em 1 minuto** e **Globo.com**. A hipótese levantada por esta pesquisa era de que a Globo se apropriaria da convergência midiática na intenção de manter sua audiência frente às inúmeras ofertas comunicativas potencializadas pelas novas tecnologias. Esta hipótese- como se viu ao longo do trabalho, foi confirmada.

Anteriormente, além de replicar conteúdos próximos ou semelhantes noticiados, o grupo Globo ainda faz menções esporádicas ou recorrentes aos conteúdos de outros veículos ou plataformas de que também é proprietário. Esta estratégia faz direcionar o público para ofertas supostamente variadas de seus produtos. Ainda que se tenha verificado, alguma diferença contedista entre os produtos, eles quase sempre se repetem, ainda que adaptados às diferenças inerentes dos veículos (TV e Internet).

Isso faz crer com base no apontamento dos dados, que há uma intenção do conglomerado em fazer com que a audiência não seja perdida para outros grupos comunicativos, mas que migre, se locomova e se dilua entre os produtos oferecidos pela própria Globo. Toda essa constatação corrobora para nos fazer enxergar, enquanto comunicadores, que os veículos não só não estão fadados ao fim como muitos preconizavam, mas tendem a estar cada vez mais interligados.

Face ao fato de que essa estratégia não só vem dando certo como vem sendo adotada não só em conteúdos jornalísticos, mas em conteúdos de entretenimento e inclusive por outras corporações midiáticas, conclui-se que a Rede Globo procurou reinventar o seu posicionamento no mercado jornalístico. O conglomerado, de certo que notou que, as novas tecnologias não são um empecilho na sua manutenção de qualidade e crescimento potencial, ao contrário disso. Para não perder seu espaço na construção do imaginário social brasileiro a Globo e seus veículos se reinventaram e vem se reinventando.

A Rede Globo se apropria das novas tecnologias, não só para garantir o seu espaço jornalístico já conquistado, mas também para agregar novos públicos oriundos das novas demandas sociais que surgem a cada nova geração. Até agora vem dando certo. No entanto, há de se considerar que as transformações são

muitas e não se pode mensurar o que será das produções em um período de 10 anos. Daí a importância de novas pesquisas e estudos o que, obviamente, faz-se notar que este assunto não se esgota aqui.

6 REFERÊNCIAS

BARBEIRO, H; LIMA, P. **Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias**, 3. ed. Rio de Janeiro, 2015.

BARSOTTI, Adriana. **Da fase romântica do jornalismo político e literário à era da internet: o jornalismo e a busca por legitimação**. 2012. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2012

BOTTENTUIT JÚNIOR, J.B; COUTINHO, C.P. **As ferramentas da web 2.0 no apoio a tutoria na formação em e-learning**. In: XVI Colóquio AFIRSE/AIPELF. Universidade do Minho. Braga. Portugal. 2007. Disponível em: < <http://www.afirse.com/archives/cd6/Textos/Ateli%C3%AAs/Ateli%C3%AA23/Bottentuit&Coutinho.pdf>> Acesso em 22 de agosto de 2018.

BRASIL, Antônio Cláudio. **Antimanual de jornalismo e comunicação: ensaios críticos sobre jornalismo, televisão e novas tecnologias**. 1 ed. São Paulo: SENAC, 2007.

BRITTOS, V.C; BOLAÑO, C.R.S. **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**, 2. ed. São Paulo: Paulus, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**, 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ESPEJO, Júlia. **O hipertexto e a construção hipermediática da Globo: a convergência das mídias do jornalismo em TV e do canal G1**. In: 7º Congresso Internacional de ciberjornalismo, 2016. Disponível em: < <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor7/files/2016/08/espejo.pdf> > Acesso em 22 de agosto de 2018.

FECHINE, Y. **A Programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: Configurações que Emergem dos Reality Shows**. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). **A TV em Transição**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**, 1.ed. São Paulo: Contexto, 2009.

Grupo Globo. 2015. Disponível em: < <http://grupoglobo.globo.com/> > Acesso em 28 de fevereiro de 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo, 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LACALLE, Charo. **As novas narrativas da ficção televisiva e a Internet**. 2.ed. Recife: Digital Brasileira, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Comunicação, 2000.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil**. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2009. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf> > Acesso em: 24 de abril de 2018.

Memória Globo. 2013. Disponível em : < <http://memoriaglobo.globo.com/> > Acesso em 28 de fevereiro de 2018.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web**, 1. ed. São Paulo: Senac, 2007.

MOREIRA, Diego Gouveia. “A gente se liga em você”: reconfigurações da TV Globo em um cenário de convergência midiática. 1 ed. São Paulo: Galáxia, 2012.

PATERNOSTRO, Vera Irís. **O texto na TV Manual de telejornalismo**, 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação online**, 1. ed. São Paulo: Summus, 2003.

POMBO, Glória. **O meio é a mensagem- Sobre a tese de Marshall McLuhan**. Dissertação (mestrado) –Universidade de Lisboa. Lisboa. 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

REZENDE, Guilherme Jorge. **Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial**, 1. ed. São Paulo: Summus, 1985.

RIBEIRO, Elthon Ferreira. **Transmídia e convergência na TV aberta brasileira**. In: Revista Temática. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018. Disponível em:

<<https://www.google.com.br/search?q=ufpb&oq=ufpb&aqs=chrome..69i57j69i60j0l4.2329j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>> Acessado em 22 de agosto de 2018.

ROMANCINI, R; LAGO, C. **História do jornalismo no Brasil**, 1. ed. São Paulo: Singular, 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

ULBRICHT, Vânia Ribas. **A manifestação da transmídia nas esferas da televisão e da hipermídia: estudo de caso do programa Superstar da Rede Globo de Televisão**. In: 7º Congresso Nacional de Ambientes Hipermídia para Aprendizagem, São Luís, 2015. Disponível em: < http://conahpa.sites.ufsc.br/wp-content/uploads/2015/06/ID13_Rezende-Ulbricht.pdf> Acessado em 22 de agosto de 2018.

WERNCK SODRÉ, Nelson. **História da Imprensa no Brasil**, 2 ed, Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

7 ANEXOS

Figura 1: Print G1 20/09/2018- 12h



Fonte: site g1.com.br

Figura 2: Print Globo.com 20/09/2018- 12h



Fonte: site globo.com

Figura 3: Print G1 20/09/2018- 17h

globo.com g1 globoesporte gshow videos

MENU G1 BUSCAR

43% dizem que vice tem 'muita importância' no voto para presidente, aponta Datafolha

- 50% dos eleitores preferem salário mais alto como autônomos e 43%, a CLT, diz pesquisa

Advogada Tatiane Spitzner foi morta por asfixia, diz IML

RIO DE JANEIRO

Professor pede afastamento após ser agredido e xingado em escola

Fonte: site g1.com.br

Figura 4: Print Globo.com 20/09/2018 17h

globo.com

Para 45%, vice tem 'muita importância' na definição do voto

- Justiça Eleitoral rejeita 2,6 mil candidaturas, 6% pela Ficha Limpa
- Gastos dos candidatos com voos fretados passam de R\$ 11 milhões

Bolsonaro posta: princípio liberal será a 'bússola'

- Bolsonaro vira capa da 'Economist': 'Ameaça'

Marina sobre PT, MDB e PSDB: 'Já tiveram chance'

- Alckmin critica 'filme de terror' da polarização

Ciro diz que país precisa de uma 'reforma urbana'

- Veja Datafolha por sexo, idade, renda e religião

Alvaro Dias diz que voto útil é 'atestar burrice'

No 'JG', Haddad relativiza papel de Lula em alta

IML: advogada morreu por asfixia mecânica

Caso Dedé amplia as polêmicas de times brasileiros com Boca

- 'Enfiaram a mão no Cruzeiro', diz advogado que salvou o Flu

Polícia: urna 7 não foi a única irregularidade na eleição do Vasco

'Sol': Rochelle surta e acusa Roberval

- Laureta é algemada; entenda
- Beto descobre passado de vilã

'Quando encontro os torcedores, recebo elogios', diz Barbieri

- Aproveitamento do Fla: Com

Grammy Latino tem Chico Buarque e Anitta indicados; lista

- IZA chora com indicação; vídeo
- Anitta celebra: 'Vou para lá!'

Fonte: site globo.com

Figura 5: Print G1 21/09/2018- 12h



Fonte: site g1.com.br

Figura 6: Print G1 21/09/2018- 17h



Fonte: site g1.com.br

Figura 7: Print Globo.com 21/09/2018- 17h

← → ↻ <https://www.globo.com> ☆

VOTORANTIM 100 ANOS

Arrecadação é a maior para agosto em 4 anos com alta de petróleo

• Governo estima gastar 8,2% a mais com servidores públicos em 2019

• Cusparada tirou Douglas Costa
• Rizek avalia lista: 'Não entendi'

AO VIVO
'The Voice Live': Mari recebe Thiago Martins e Vivian Amorim

Tite ironiza críticas: 'Quer falar mal de mim, me convida'

Fonte: site globo.com

Figura 8: Print G1 24/09/2018- 12h

[globo.com](#) [g1](#) [globoesporte](#) [gshow](#) [videos](#) ASSINE JÁ MINHA CONTA E-MAIL ENTRAR

MENU G1 BUSCAR

Gastos dos brasileiros no exterior caem mais de 20% em agosto

Alta do dólar encarece as viagens ao exterior. No mês passado, moeda subiu 8,5%.

Indonésio sobrevive após 49 dias à deriva no Oceano Pacífico

MELHOR DO MUNDO

Cristiano Ronaldo e Modrić travam disputa acirrada por prêmio da Fifa

Fonte: site g1.com.br

Figura 9: Print Globo.com 24/09/2018- 12h

← → ↻ https://www.globo.com

Número de brasileiros que pedem demissão cresce em 2018

- Com dólar alto, gasto do brasileiro no exterior cai 20,8% em agosto
- Dívida pública federal sobe 0,98% em agosto e vai a R\$ 3,78 trilhões

Mercado projeta inflação maior e PIB anual menor



Tiro fere mulher em banheiro de prédio no RJ

Veja propostas dos candidatos para a saúde



Primavera em SP começa com muito sol e calor

Diplomas falsos teriam rendido R\$ 700 mi no RJ



Jovem indonésio sobrevive por 49 dias em 'cabana'



Cresce rumor sobre ausência de CR7 hoje no 'The Best' da Fifa

- Salah corre por fora na disputa



Rodada consolida 5 na briga por título; veja quem decepcionou

- 'Grande arrancada do Verdão'

Ney estreita contato do PSG com Paquetá



Fim de 'Orgulho' tem casal Luccino e Otávio

- Saiba sobre o capítulo final
- Elenco fala sobre despedida



Karola confessa que traiu Laureta em 'Sol'

- Passado de Karola vem à tona
- Valentim ouvirá confissão

Betina e Zelda são presas em 'Tempo'

Fonte: site globo.com

Figura 10: Print G1 24/09/2018 – 17h

← → × https://g1.globo.com

globo.com g1 globoesporte gshow videos

MENU G1 BUSCAR

ELEIÇÃO EM NÚMEROS

PTB e PSB são os partidos que mais 'perderam' candidatos em 2018

Há 4 anos, o primeiro lançou 824 nomes e o segundo, 1.172. Hoje, as siglas têm 618 e 887 candidatos, respectivamente.

AO VIVO



SIGA: Marta vence prêmio da Fifa de melhor jogadora do mundo pela 6ª vez

- Seleção da temporada tem brasileiros Daniel Alves e Marcelo; veja escalação

PALÁCIO DO PLANALTO



Toffoli substitui Temer e assina 1ª lei como presidente em exercício

Fonte: site g1.com.br

Figura 11: Print Globo.com 24/09/2018- 17h

← → ↻ https://www.globo.com

MP-SP abre inquérito que investiga Alckmin em caso de terrenos

- Ibope nos estados: veja evolução da intenção de voto para presidente

Bolsonaro deve ter alta na sexta, dizem assessores

- Manifesto une artistas e intelectuais: 'Ameaça'

Blog: campanha de Haddad avalia aceno ao centro

- PT pede à PF proteção à vice, Manuela D'Ávila

Ciro: presidente deve lutar contra o narcotráfico

- Marina propõe energia solar em terras locadas

PSL supera o PT e é o maior em nº de candidatos

Toffoli sanciona lei como interino na presidência

PIS-Pasep: 4,5 milhões ainda não sacaram

Marta é eleita Melhor do Mundo pela sexta vez; siga 'The Best'

- Courtois eleito melhor goleiro
- Deschamps é melhor técnico

Fim de 'Orgulho' tem retorno de Elisabeta

- Saiba sobre o capítulo final
- Elenco fala sobre despedida

Rodada consolida 5 na briga por título; veja

Após 40 dias, Eduardo Baptista deixa o Sport

- Jornalista fala em 'grito de liberdade' de Barbieri no Fla

Karola é rejeitada por Valentim em 'Sol'

- Passado de Karola vem à tona
- Valentim ouvirá confissão

Samuca surta pela Samvita em 'Tempo'

Fonte: site globo.com

Figura 12: Print G1 25/09/2018- 12h

← → × https://g1.globo.com

globo.com g1 globoesporte gshow videos ASSINE JÁ MINHA CONTA E-MAIL ENTRAR

MENU G1 BUSCAR

INTENÇÕES DE VOTO

Ibope: Bolsonaro lidera na maioria dos segmentos e Haddad ganha votos entre homens, mais velhos e no Sul

- Bolsonaro enfrenta maior rejeição no Nordeste e Haddad, no Sudeste

NOVA YORK

Temer diz na ONU que isolacionismo e intolerância são desafios para o mundo

AO VIVO

Trump diz que Irã quer causar 'mortes e destruição' e que Venezuela vive 'tragédia humana'

Esperando pelo túnel de proxy...

Fonte: site g1.com.br

Figura 13: Print Globo.com 25/09/2018- 12h

← → ↻ https://www.globo.com ☆ ⓘ

Trump se atrasa na ONU e volta a criticar líderes iranianos

- Temer abre debate e diz que intolerância desafia a ordem mundial

Haddad empata com Bolsonaro entre mulheres

- Mais Ibope: Bolsonaro tem 28%; Haddad, 22%

PF apura ataque contra Bolsonaro em 2º inquérito

- Veja propostas para reduzir homicídios

Crise argentina: Presidente do BC deixa o cargo

- Greve geral afeta voos e serviços na Argentina

Avião leva 230

Fundadores

Enxurrada na

Barbieri faz mistério e não garante volta de Diego contra o Timão

- Em baixa, Vítinho ganha apoio
- Cássio: 'Temos condições'

Isabel lembra Alain em 'Espelho da Vida': 'Não vai me esquecer'

- Trama ocorre em dois tempos

Pyramids deve perder Rodriguinho e Keno para a Arábia Saudita

Em 'Sol', Roberval e Rochelle se estapeiam

- Reencontro terá emoção
- Maura sobre homem: 'Detestei'

Com apendicite, Isco,

Rock in Rio anuncia

WhatsApp Ptt 201...ogg WhatsApp Audi...mpeg Exibir todos

Fonte: site globo.com

Figura 14: Print Globo.com 25/09/2018- 17h

← → ↻ https://www.globo.com ☆ ⓘ

1,2 mil locais isolados do país irão transmitir os votos via satélite

- Haddad empata com Bolsonaro entre mulheres, diz pesquisa Ibope

Bolsonaro inicia 'dieta branda', diz boletim

- É #Fake apoio de Sandy em show a candidatura

Alckmin diz que 'folclóricos' não vencem 2º turno

- Veja pesquisas, agenda de candidatos e mais

'A campanha está em aberto', diz Ciro Gomes

- Fato ou fake? Saiba detectar conteúdo falso

Trump se atrasa

'Intolerância

Comissão isenta

Veja o treino aberto do Timão para semi da Copa do Brasil

Vitória Strada chora ao falar de 'Espelho': 'Nada é por acaso'

- Trama ocorre em dois tempos

No retorno, Atlético-PR é novo vice-líder; veja classificação

- Vitória reduz as chances de queda do Vasco; veja ranking

Nice ganha banho de loja e leva cantada

- 'Sol': reencontro terá emoção
- Vilão e Rochelle se estapeiam

Gabriel Jesus abre

Ativar o Windows

Pressione as teclas Windows para ativar o Windows

Fonte: site globo.com

Figura 15: Print G1 26/09/2018



Fonte: site g1.com.br

Figura 16: Print Globo.com 26/09/2018- 12h



Fonte: site globo.com

Figura 17: Print G1 26/09/2018- 17h

**Ibope: Bolsonaro, 27%;
Haddad, 21%;
Ciro, 12%;
Alckmin, 8%;
Marina, 6%**

Pesquisa encomendada pela CNI ouviu 2 mil eleitores entre sábado e segunda. Veja também índices de rejeição e simulações de 2º turno.



Maduro viaja de última hora a NY para falar na Assembleia da ONU

Trump diz que aceitaria se reunir com Maduro: 'Todas as opções na mesa'



SAÚDE MENTAL

Gisele Bündchen detalha ataques de pânico em livro: 'Me senti sem poder'

Fonte: site g1.com.br

Figura 18: Print Globo.com 26/09/2018- 17h



← → ↻ https://www.globo.com ☆ 1

**Ibope: Bolsonaro, 27%;
Haddad, 21%;
Ciro, 12%;
Alckmin, 8%;
Marina, 6%**

• Nas pesquisas em cada estado, Bolsonaro lidera em 14; Haddad em 7



Ciro recebe alta após cirurgia na próstata em SP

• Haddad: Bolsa Família reduzirá morte infantil



Bolsonaro: há uma 'fixação na palavra ditadura'

• É #FAKE que maioria de nulos anula a eleição



Alckmin diz que indústria no país é supertributada

• Teste diz quem tem a ver com as suas ideias



Com gol de Neymar, PSG vira sobre Reims pelo Francês; LANCES

Em 2 minutos, Barça leva virada do Leganés; SIGA TR



Com CR7, Juve faz o 2º no Bologna; SIGA TR

Liverpool enfrenta o



Cris tem experiência misteriosa em velório em 'Espelho da Vida'

• Margot tem filho desaparecido



Brichta faz mistério sobre a volta de Remy em 'Sol'; veja o vídeo

• Gorete pede perdão a Clóvis
• Roberval ficará pobre

Ativar o Windows
Acesse Configurações para ativar o Windows.
'The Voice': definidos

Fonte: site globo.com

Figura 19: Print G1 27/09/2018- 12h

globo.com g1 globoesporte gshow videos ASSINE JÁ MINHA CONTA E-MAIL ENTRAR

MENU G1 BUSCAR

Por unanimidade, TSE barra candidatura de Garotinho ao governo do RJ

Tribunal decidiu que ex-governador está inelegível com base na Lei da Ficha Limpa. Garotinho pode recorrer, mas está impedido de fazer campanha.

Morre aos 82 anos Joaquim Roriz, ex-governador do DF

Brasília está órfã, diz neto; veja repercussão

TUDO SOBRE AS ELEIÇÕES

DA BOCA DO CANDIDATO

G1 lança páginas especiais, ferramentas e assistente de voz para a eleição

Aguardando csi.gstatic.com...

Fonte: site g1.com.br

Figura 20: Print Globo.com 27/09/2018- 12h

https://www.globo.com

Por unanimidade, TSE barra a candidatura de Garotinho no RJ

- Presidenciáveis visitam 130 cidades em seis semanas de campanha
- Especialistas avaliam impacto dos 3,3 milhões de títulos cancelados

Veja o que é fato ou fake nas falas do debate na TV

Petrobras pagará R\$ 3,6 bi por fim de ação nos EUA

Eletronbras: 7 de 18 lotes não têm interessados

Ex-governador do DF, Roriz morre aos 82

Senador Ciro Nogueira é alvo de ação da PF

Chefe de cozinha morre no RJ ao proteger o filho

Xodó define vaga em 37 seg; veja sequência do golaço na Arena

- Barbieri balança no Flamengo

Jogadores de Cruzeiro e Palmeiras seguem com briga após 1 a 1

Alemanha supera a Turquia e é escolhida sede para Euro-2024

'Sol': Karola surta e insulta a família toda

- Vilã usa seringa para matar
- Karola confessará crimes

'Espelho': tiro faz Cris desvendar pesadelo

- Cris sofrerá um acidente

'O Tempo': Marocas discute com Betina

- Waleska volta e beija Samuca

Fonte: site globo.com

Figura 21: Print G1 28/09/2018- 12h

globo.com g1 globoesporte gshow videos ASSINE JÁ MINHA CONTA E-MAIL ENTRAR

MENU G1 BUSCAR

PETRÓLEO

4 áreas de exploração de pré-sal são leiloadas nas bacias de Santos e Campos

Governo arrecadou R\$ 6,8 bi. Venceram os consórcios que ofereceram maior percentual de óleo excedente da produção.

PARANÁ

VÍDEO mostra som de tiros e correria após aluno abrir fogo em escola e ferir 2

MAGNITUDE 7,5

Forte terremoto gera ondas de 2 metros em ilha da Indonésia

Fonte: site g1.com.br

Figura 22: Print Globo.com 28/09/2018- 12h

https://www.globo.com

Governo arrecada R\$ 6,8 bilhões em leilão de 4 áreas do pré-sal

- ANP sugere royalties para amortecer alta do petróleo no combustível

Desemprego cai para 12,1% em agosto, diz IBGE

Rombo das contas públicas sobe 77% no mês

PF faz buscas em endereços de Marconi Perillo

Dorival Jr. quer falar com Barbieiri, mas já treina o Fla amanhã

Karola invade casa de Laureta e faz ameaça

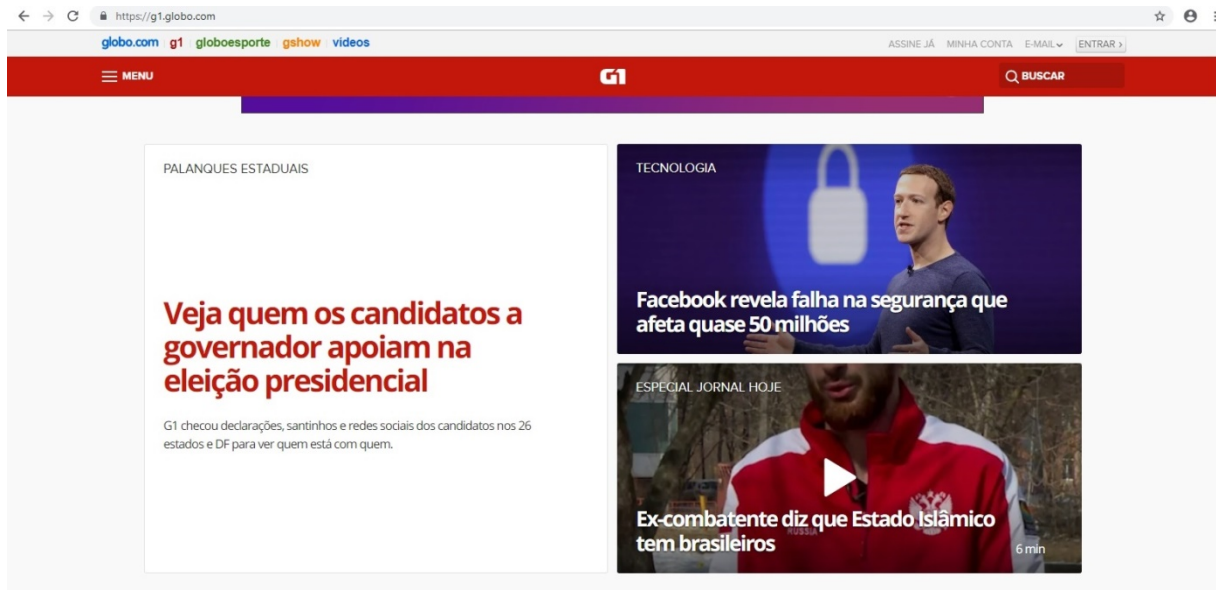
'Espelho': Alain revela traição da ex para Cris

Aos 34, Jadson vira insubstituível com Jair

Léo Pain é o campeão do 'The Voice'; vídeos

Fonte: site globo.com

Figura 23: Print G1 28/09/2018 – 17h



Fonte: site g1.com.br

Figura 24: Print Globo.com 28/09/2018- 17h



Fonte: site globo.com