

# Vídeoreportagem transmídia/crossmedia: uma estratégia para o RNTV

*Transmedia / crossmedia vídeoreportagem: a strategy for RNTV*

*Ttransmedia / crossmedia vídeoreportagem: una estrategia para RNTV*

Valquíria Aparecida Passos Kneipp<sup>1</sup>

## Resumo

Este artigo teve como objetivo analisar reportagens que destoam do padrão estabelecido pela televisão brasileira, como uma nova possibilidade de narrativa audiovisual, apresentada no telejornalismo regional do Rio Grande do Norte – a vídeoreportagem transmídia / crossmedia. Selecionou-se uma série de reportagens exibidas pelo RNTV de Natal, que foram produzidas com uma câmera GoPro. A pesquisa investigou quais as características inovadoras foram incorporadas à narrativa telejornalística? Os fundamentos teóricos e conceituais calcaram-se em vídeo reportagem, jornalismo transmídia e nas teorias da mídia digital, com as propostas de autores como Canavilhas (2006), Jenkins (2009) e Finger (2012). A metodologia baseou-se em pesquisa bibliográfica e análise audiovisual. Com este estudo foi possível observar que a série analisada apresentou uma narrativa audiovisual diferenciada.

**Palavras-chave:** vídeoreportagem; transmídia; crossmedia; telejornalismo.

## Abstract

This article aims to analyze reports that clash with the standard set by the Brazilian television as a new possibility of audiovisual narrative, presented in the regional television news of Rio Grande do Norte - vídeoreportagem transmedia / crossmedia. Selected a series of reports displayed by Christmas RNTV, which were produced with a GoPro camera. The research investigated what innovative features have been incorporated into telejornalística narrative? The theoretical and conceptual foundations trampled in video report, transmedia journalism and the theories of digital media, with the proposals of authors as Canavilhas (2006), Jenkins (2009) and Finger (2012). The methodology was based on literature and visual analysis. With this study we observed that the analyzed series presented a different audiovisual narrative.

**Keywords:** Scientific Article. Methodology. Standards.

## Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar los informes que chocan con la norma establecida por la televisión brasileña como una nueva posibilidad de la narrativa audiovisual, presentado en las noticias de televisión regional de Rio Grande do Norte - vídeoreportagem transmedia / cross-media. Selección de una serie de informes mostrados por Navidad RNTV, que fueron producidas con una cámara GoPro. El estudio se investigó qué características innovadoras han sido incorporados en telejornalística narrativa? Los fundamentos teóricos y conceptuales pisoteados en el informe de vídeo,

---

<sup>1</sup> Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1990), Mestrado (2002) e Doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP. Foi editora-assistente da Revista PJ:Br - Jornalismo Brasileiro (de 2005 até 2011), atualmente é editora da publicação, professora adjunta IV de graduação e pós-graduação da UFRN. Foi diretora científica de Rede Alcar (2007-2011) e coordenadora do GT de Mídias Visual e Audiovisual (2008-2011). Atualmente é vice-coordenadora do PPgEM da UFRN (2013-2015) e (2015-2017). E-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br

el periodismo transmedia y las teorías de los medios digitales, con las propuestas de autores como Canavilhas (2006), Jenkins (2009) y Finger (2012). La metodología se basa en la literatura y el análisis visual. Con este estudio se observó que la serie analizada presenta una narrativa audiovisual diferente.

**Palabras clave:** videoreportagem; transmedia; Crossmedia; periodismo televisivo.

## 1 O TELEJORNALISMO REGIONAL DIANTE DA SOCIEDADE MUDIATIZADA

O cenário atual, presente no contexto das mídias digitais e do processo de midiatização da sociedade, o telejornalismo busca se reinventar para manter a audiência e o interesse do telespectador, visto que as imagens em movimento na contemporaneidade não são mais uma exclusividade da televisão e do cinema. Este artigo tem como objetivo analisar uma série de reportagens que destoam do padrão estabelecido pela televisão brasileira, como uma nova possibilidade de narrativa audiovisual para o telejornalismo regional do Rio Grande do Norte – a videoreportagem com características transmídia / crossmedia.

Selecionou-se uma série de cinco reportagens especiais sobre a seca no RN, exibidas pela InterTV de Natal, no RNTV em 2015, porque as mesmas foram produzidas com a câmera GoPro e apresentam estética diferenciada da produção diária. Durante cinco dias, uma equipe composta por três repórteres, sendo dois do portal de notícias G1 e um da emissora de TV, percorreram 1,4 mil quilômetros e passaram por 20 cidades afetadas pela estiagem, do interior do RN.

Esta pesquisa buscou responder a seguinte questão: quais características estéticas e textuais inovadoras foram incorporadas à narrativa telejornalística?

O processo de midiatização da sociedade contemporânea avança de forma rápida, efetiva e irreversível, pois práticas que antecedem a era digital caíram em desuso, como o que podemos chamar de jornalismo tradicional, calcado na proposta da pirâmide invertida. Neste novo contexto comunicacional, Canavilhas<sup>2</sup> propõe a pirâmide deitada, com quatro níveis diferentes de leitura, em função dos novos percursos observados pelos leitores.

A Unidade Base – o lead – responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado. O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W's. O Nível de

---

<sup>2</sup> Disponível: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>

Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos<sup>3</sup> (CANAVILHAS, 2006, p. 15).

No caso específico do telejornal é possível observar algumas aproximações com a pirâmide deitada porque toda emissora além da transmissão mantém uma base de informações na internet. Alguns pesquisadores inicialmente denominaram esta prática de *crossmedia*, onde “há um processo de difusão de conteúdo em diversos meios. O material não necessariamente deve ser idêntico, muitas vezes, o que é divulgado em uma mídia completa o que está presente em outra” (FINGER, 2012, p.124).

Para esta pesquisa buscamos também aproximações com a narrativa transmídia proposta por Jenkins (2009), que se desenrola através de múltiplas plataformas de mídia, sendo que cada novo texto contribui e complementa o todo.

Na forma ideal de narrativa transmídia, 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 (JENKINS, 2009, p. 138).

Para Hjarvard (2012) a midiatização da sociedade é um processo “pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida ou torna-se dependente da mídia e da sua lógica” (página 64). Com o passar do tempo, o processo de midiatização vem apresentando novas possibilidades que colocam a velha mídia em cheque com o princípio de produção de distribuição em massa.

A própria noção de mídia precisa ser revista. Para Shirky (2011) é a camada intermediária em qualquer meio de comunicação, qualquer que seja ele novo ou tradicional, “há outra noção, herdada dos padrões de consumo de mídia das últimas décadas, de que mídia se refere a um conjunto de negócios, de jornais e revista até rádio e televisão, com maneiras específicas de produzir material e formas específicas de fazer dinheiro” (SHIRKY, 2011, 29). O autor observa que existe um anacronismo, inadequado no uso da palavra mídia apenas para negócios, e propõe uma ampliação ou readequação do seu uso.

Nossa capacidade de equilibrar consumo, produção e compartilhamento, nossa habilidade de nos conectarmos uns aos outros, está transformando o conceito de mídia, de um determinado setor da economia em mecanismo barato e globalmente disponível para compartilhamento organizado (SHIRKY, 2011, 29).

---

<sup>3</sup> Disponível: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>

Hjarvard (2012) apresenta uma teoria sobre a mídia, como agente de mudança cultural e social. O processo de midiaticização, que vivenciamos, é apresentado pelo autor como, “um processo de *dupla face*, no qual a mídia se transformou em uma *instituição semi-independente* na sociedade à qual as outras instituições têm que se adaptar” (HJARVARD, 2012, p. 1). Essa mudança afeta também o *modus operandi* do fazer jornalismo no telejornal. O autor exemplifica a midiaticização direta, “é a transformação progressiva do xadrez de um jogo de tabuleiro para um jogo de computador. Antes dependente da presença física dos jogadores em torno do tabuleiro, o xadrez é cada vez mais jogado com a ajuda de um software em computador” (HJARVARD, 2012, p. 66). A mídia televisiva que foi implantada com base no princípio do imediatismo – onde o telespectador precisa estar diante do aparelho para receber a mensagem – agora começa a se reinventar e buscar novos caminhos para superar a barreira do tempo e do espaço que o telespectador tem disponível para ver tevê.

Segundo Shirky (2011) saímos do “mundo industrializado” evoluindo para uma forma pós-industrial. E de acordo com o autor, durante o processo de transição de um tipo de sociedade para outra, a televisão foi o lubrificante que facilitou o mesmo, “Assistir a novelas, sitcoms, seriados e à enorme gama de outros entretenimentos oferecidos pela televisão absorveu a maior parte do tempo livre dos cidadãos do mundo desenvolvido” (SHIRKY, 2011, p. 10). Ainda segundo o autor, o ato de assistir televisão era como uma obrigação para todo o cidadão do mundo desenvolvido. “A TV logo abocanhrou a maior fatia do nosso tempo livre: uma média de mais de vinte horas por semana, em todo mundo” (SHIRKY, 2011, p. 10). Em sua pesquisa ainda ressalta as implicações sociais da população assistir televisão e apresenta algumas críticas relativas aos malefícios que isso pode trazer o cidadão ao longo do tempo.

A televisão pode exercer um papel significativo no aumento do materialismo e das aspirações materiais das pessoas, levando, assim, os indivíduos a subestimar a importância comparativa das relações interpessoais para uma vida satisfatória e, conseqüentemente, a superinvestir em atividades geradoras de renda e subinvestir em atividades relacionais (SHIRKY, 2011, p. 13).

No Rio Grande Norte o tempo diante da televisão está acima da média nacional, com cinco horas e dez minutos, por dia de segunda a sexta, sendo que a média do país é de quatro horas e 31 minutos diários (PBM; 2015, 15). Entre os motivos que levam a população brasileira a assistir televisão, de acordo com PBM 2015 está primeiramente se informar, 79%. Depois vem a diversão e o entretenimento, com 67%, passar o tempo livre, para 32% dos

entrevistados e, ainda, 19% para assistir a um programa específico. Um dado da referida pesquisa que surpreende é o fato de 11% dos entrevistados terem declarado que tem este veículo como uma companhia. Outro dado relevante da Pesquisa Brasileira de Mídia do Governo Federal, para este estudo, é o fato de 95% dos entrevistados terem afirmado assistir TV, “sendo que 73% têm o hábito de assistir diariamente” (PBM, 2017, p. 7). Estas informações contribuem para que se pesquise o conteúdo informativo de televisão e, principalmente, no Rio Grande do Norte, que está acima da média nacional. Esse fato demonstra a importância do telejornal para o Estado.

Há alguns anos tem se observado que os jovens, pela primeira vez na história da televisão, estão assistindo menos TV do que os mais velhos,

populações jovens com acesso à mídia rápida e interativa afastam-se da mídia que pressupõe puro consumo. Mesmo quando assistem a vídeo on-line, aparentemente uma mera variação da TV, eles têm oportunidade de comentar o material, compartilhá-lo com os amigos, rotulá-lo ou classificá-lo e, é claro com outros espectadores por todo o mundo (SHIRKY, 2011, 15-16).

Os motivos que diminuem o consumo de televisão, de acordo com Shirky (2011) apresentam um paradoxo, entre ínfimas e enormes, dependendo de como observarmos o cidadão individual ou coletivamente.

As escolhas ínfimas são individuais; alguém simplesmente decide passar a hora seguinte falando com os amigos, jogando ou criando algo em vez de apenas assistir. As escolhas enormes são coletivas, um somatório daquelas escolhas ínfimas feitas por milhões de pessoas; o deslocamento cumulativo de toda a população em direção à participação permite a criação de uma Wikipédia” (SHIRKY, 2011, p. 16).

A televisão ficou durante muito tempo apática ao processo de midiatização da sociedade, por se tratar de uma mídia com imagem em movimento, e no caso específico do telejornal, por ter a possibilidade de entrar ao vivo de vários locais e estar sempre atualizando o espectador, em termos de informação. E, ainda, por ter transmitido ao vivo para mundo algumas das principais tragédias ocorridas na contemporaneidade, como a derrubada das torres gêmeas, entre outros. Havia certa indiferença em relação ao processo em curso, pelo menos por parte dos produtores de telejornais.

Com o advento da convergência das mídias, processo em que, segundo Jenkins (2009), ocorre uma atualização dos papéis tanto de produtores quanto de consumidores que eram “passivos, previsíveis, submissos, isolados, silenciosos e invisíveis” (JENKINS, 2008, 45).

Para ele, os papéis mudaram e, hoje, são ativos, migratórios, leais, socialmente conectados, barulhentos e públicos, “em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo” (JENKINS, 2008, 28).

Ainda de acordo com Jenkins (2008) a convergência promove uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. (JENKINS, 2009, 43).

Aos poucos, as mídias sociais foram ganhando a confiança da população, que já não se contentava mais em ficar estática assistindo. De acordo com Shirky (2011), os usos sociais de novos mecanismos de mídia são uma grande surpresa pela liberdade que pode proporcionar.

o uso da tecnologia social é muito pouco determinado pelo próprio instrumento; quando usamos uma rede, a maior vantagem que temos é acessar uns aos outros. [...] um desejo que a televisão, enquanto substituto social, elimina, mas que o uso da mídia social, na verdade, ativa (SHIRKY, 2011, 18).

Este cenário de mudança na mídia tradicional para mídia digital colocou o mundo diante de uma “cultura participativa”, onde o consumidor ou espectador pode participar da e na produção, mesmo que de forma controlada. Diante deste cenário, conseguiu-se identificar, dentro da televisão regional no Rio Grande do Norte, uma proposta diferenciada, que caminha em busca deste novo espectador participante.

## **2 VIDEOREPORTAGEM TRANSMÍDIA / CROSSMEDIA COMO ESTRATÉGIA NO RNTV**

Considera-se a videoreportagem como uma variação do que se conhece como reportagem televisiva (com *off*, sonora e passagem), porque utiliza de artifícios ligados ao experimentalismo, como câmera na mão e, ainda, é uma produção solitária. “Na era eletrônica, nasceu de tentativas empíricas, sem garantias de perfeição e certeza, nem seguir uma regra geral de como deveria ser produzida ou em quais gêneros e formatos melhor seria adaptada” (THOMAZ, 2007, p.19).

A produção geralmente é de baixo custo e a proposta é que um único profissional execute todas as etapas da reportagem. Desde a pesquisa, produção, entrevistas e imagens. Por outro lado, essa nova possibilidade levanta uma velha polêmica em relação as funções do profissional de comunicação, que desenvolve todas as etapas de produção. “O fio condutor para originar o conhecimento sobre as possibilidades de novos modos de produção de mídia e de sensações, por meio da multifuncionalidade profissional” (THOMAZ, 2007, 19).

Essa multifuncionalidade do profissional para a construção da vídeoreportagem é também denominada polivalência, que vem a ser uma manifestação da convergência profissional, que de acordo com Aliaga (2009) e Scolari (2008) está dividida em três modalidades: funcional, temática e midiática.

No Brasil a primeira experiência de vídeoreportagem ocorreu na TV Gazeta de São Paulo<sup>4</sup>, nos anos 80, no programa TV Mix.

Estudantes, munidos com câmeras caseiras VHS, saíam às ruas para captar imagens da cidade. As gravações iam ao ar sem passar pela edição. Quando o assunto era mais complexo, o estudante era entrevistado na redação e tornava-se a principal fonte, enquanto as imagens eram exibidas (THOMAZ, 2007, p. 22).

A experiência da TV Gazeta originou a invenção do termo “abelha” cunhada por Jorge Cunha que estava na emissora naquele momento, “Ele dizia que os caras eram como abelhinhas que saíam sozinhos em busca do seu mel/informação e depois de umas duas horas voltavam para casa trazendo o que haviam conseguido recolher” (THOMAZ, 2007, p. 22). Participaram desta experiência o hoje cineasta Fernando Meireles, o *videomaker* Marcelo Tas, que interpretava o repórter Ernesto Varela e Tadeu Jungle, entre outros. A fórmula utilizada naquele momento mesclava o improvisado com a criatividade e tornaram-se uma referência.

As reportagens, estilo crônicas do cotidiano, com um estilo mais livre, de uma visão pessoal, lírica ou irônica, lembravam a experimentação do Novo Jornalismo (*New Journalism*), iniciada nos anos 60, nos Estados Unidos, transformando a narrativa jornalística em objeto literário (Thomaz, 2007, p. 23).

Com esta experiência, o “estilo abelha” propiciava novos caminhos para a linguagem televisiva. Com um texto informal, que permitia a utilização da subjetividade e a criação de obras com a marca do autor. A proposta era fugir da reportagem convencional, do modo tradicional de observar e captar o real. “Apesar de cumprir sua missão de laboratório de

---

<sup>4</sup> Emissora de São Paulo, que cobre um raio de 100 quilômetros dentro da cidade.

televisão, o programa não chegou a ser um sucesso comercial e deixou de existir em 1990” (THOMAZ, 2007, p. 24). O programa TV Mix representou um novo conceito de televisão e deixou registrado uma importante experiência criativa da TV brasileira (THOMAZ, 2007, p. 24).

Mais tarde, em 1995, a TV Cultura de São Paulo implantou um projeto experimental de videoreportagens produzidas por estudantes de jornalismo. Inicialmente o projeto não deu certo. O único que se manteve foi o jornalista Aldo Quiroga, que com o tempo foi aprimorando a técnica e realizando reportagem para os telejornais da emissora (THOMAZ, 2007, p. 25).

De acordo com Thomaz (2007), no final da década de 1990 foi a vez do Canal 21 de São Paulo (emissora do grupo Bandeirantes, que hoje é a Band News) realizou uma experiência de produção de videoreportagem, inspirada nos modelos da americana *New York One* e da canadense *City TV*. Mas a experiência também não se efetivou. Durou apenas alguns meses, sob a coordenação de Alberto Luchette.

Outras experiências ocorreram em praticamente todas as grandes redes de TV brasileira (Globo, SBT, Record, Bandeirantes etc.), mas sempre de forma esporádica e não cotidiana. Atualmente, o formato engessado e padronizado de reportagem televisiva prevalece na maior parte dos telejornais.

A videoreportagem aparece de forma eventual, em ocasiões especiais, ou, ainda, como na série de reportagens que analisamos nesta pesquisa, que ocorreu de forma imprevista porque um repórter, em férias, se propôs a acompanhar a equipe do portal de notícia e a única ferramenta disponível era uma câmera GoPro. Este fato inédito em emissoras do Rio Grande do Norte chamou a atenção e conduziu o foco desta pesquisa e, também a identificação e aproximação com a proposta da videoreportagem em um cenário de convergência, com possibilidades transmídia e *crossmedia*.

O objeto analisado neste trabalho também permite observar que existe uma integração não oficial, mas perceptível, entre os profissionais do portal de informações G1 RN e a emissora InterTV Cabugi, porque as duas equipes, mesmo que publicando em mídias diferentes (internet e TV) viajaram e produziram em conjunto.

### **3 UMA CÂMERA NA MÃO NO RNTV**

A metodologia empregada nesta pesquisa baseou-se em pesquisa bibliográfica e análise de audiovisual, tendo como referencial a proposta de Machado (2012) para análise de programa televisivo. Na busca de métodos mais precisos de análise de programas que apresentem resultados mais densos em termos de compreensão da real capacidade da televisão, Machado (2012) propõe uma abordagem que tem como base Bellour (1970), guardando as devidas distâncias no tempo e no espaço. Para o autor, a televisão produziu pouca reflexão “sobre como os seus produtos se ‘comunicam’ ou sobre como esses produtos ‘funcionam’ tanto nas suas formas gerais relacionadas com formatos e gêneros, como nos detalhes mais íntimos que tornam cada programa um acontecimento singular” (MACHADO, 2012, p. 2). Para ele, a abordagem que se faz sobre a televisão é macroscópica e

encara a televisão como uma estrutura abstrata de gerenciamento, financiamento, controle social, promoção do consumo e vinculação com o capital global, mas deixa de lado o exame efetivo do que ela concretamente produziu nos seus mais de 60 anos de história: os programas (MACHADO, 2012; p. 3).

Os programas nesta pesquisa são representados pelo conjunto de reportagens especiais sobre a temática da seca no Nordeste que foram produzidas por um repórter que realizou todas as operações normalmente realizadas por uma equipe de três profissionais. Cinco reportagens compõem o escopo da pesquisa, conforme Quadro 1, onde apresentam-se as retrancas das reportagens, o tempo de duração de cada uma delas e um comparativo com o tempo médio padrão de duração da reportagem televisiva.

Quadro 1 – Reportagens analisadas

<b>Reportagens</b>	<b>Tempo</b>	<b>Comparativo</b>
<b>Especial/Seca</b>	5'37"	2,68%
<b>Atraso/Jucurutu</b>	5'23"	2,61%
<b>Ruínas/barragem</b>	4'55"	2,27%
<b>Água/seca</b>	6'10"	3,05%
<b>Pipa/Água</b>	9'19"	4,59%

Fonte: Quadro laborado pela autora

Um primeiro ponto a ser analisado é o tempo de duração das reportagens que, conforme padrão estabelecido pelos telejornais, tem em média de dois a dois minutos e meio, salvo raras exceções ou matérias especiais. Todas as cinco reportagens produzidas pela série especial sobre a seca no Nordeste estão muito acima da média usual, conforme a coluna Comparativo, do Quadro 1. Das cinco matérias, a que possui menor tempo tem 4'55", sendo

2,27% vezes maior que a média. Já a de maior tempo tem 9'19" se apresenta 4,59% vezes maior do que a média usual.

A câmera na mão representou para a série analisada uma nova perspectiva visual, deixando perceptível as imperfeições deste tipo de imagens, às vezes tremula ou com leves balanços, e com a utilização de planos e movimentos longos, marcando também o diferencial das reportagens cotidianas do telejornal. As imperfeições tornam-se irrelevantes diante do belo cenário registrado pela câmera e pelo ângulo em 360°. As passagens do repórter revelam a realização solitária do trabalho, com a perspectiva do olhar do mesmo e angulação da câmara mostrando, às vezes, a mão do repórter. A ampliação do campo visual, com as imagens em um ângulo de 360° produzidas pela câmera GoPro apresenta um diferencial único, porque não é usual este tipo de imagem no cotidiano do telejornal. Esta perspectiva destoa das demais reportagens do telejornal e proporciona uma experiência visual diferenciada.

O trabalho foi colaborativo entre equipes distintas, sendo um repórter de televisão e dois repórteres de um portal de informação na internet (G1), ambos profissionais do mesmo grupo de comunicação Inter TV. Neste contexto a produção colaborativa ocorreu em um processo de sinergia das duas equipes, apresentando um resultado que foi disponibilizado em diferentes plataformas. As cinco reportagens produzidas com a câmera GoPro foram exibidas no RN TV e ficaram disponíveis para visualização no site da emissora por seis meses. Já o material produzido pelos dois repórteres foi disponibilizado no portal, com textos, fotos e infográficos, conforme Figura 1, e ainda continuam disponíveis para consulta e também possibilitam o compartilhamento nas redes sociais Facebook, Twitter, Google+ e Pinterest.

Figura 1 – Redes Sociais e Infográfico utilizados na internet imagens



À esquerda, imagem de foto com os botões das redes sociais para compartilhar e comentar. À direita um infográfico. Fonte: G1<sup>5</sup>

Apesar das possibilidades apresentadas para que o telespectador ou usuário interagir e compartilhar o conteúdo de uma plataforma, com conteúdo transmídia, como está disponível no G1 RN<sup>6</sup>, até o fechamento desta pesquisa não havia nenhum comentário ou compartilhamento do material disponibilizado. Este fato pode indicar que no Rio Grande do Norte ainda não existe uma cultura de acesso e compartilhamento deste material. Esta plataforma transmídia é o que caracteriza a pirâmide deitada proposta por Canavilhas (2006) e abre a possibilidade para a participação identificada por Shirky (2011). São novos caminhos para telejornalismo que, com a videoreportagem e o trabalho polivalente, pode se reconfigurar no cenário de midiatização da sociedade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A série de reportagens especiais, sobre a seca no RN apresentadas pela Inter TV revelaram características estéticas e processo de produção diferenciados, e conseguiram proporcionar ao telespectador potiguar uma nova experiência visual incorporada à narrativa informativa do telejornal. Pelas características e modo de produção, a série pode ser identificada com proposta de Thomaz (2007) de videoreportagem, ao utilizar um único repórter para produzir e gravar imagens de forma polivalente. A série analisada também incorporou as características do cenário convergente ao disponibilizar as reportagens e outros materiais (fotos, textos, mapas, infográficos) na internet, caracterizando o que se pode denominar de *vídeoreportagem transmídia/crossmedia*, porque apresentou elementos e informações complementares à videoreportagem, quando tomamos como base o portal de informações G1, que faz parte do conglomerado da emissora e trabalha em parceria.

Durante a análise, foi possível observar que o objeto de estudo deste artigo destoa do formato tradicional utilizado cotidianamente no telejornalismo. Isso porque apresentou tempo muito maior do que o usual e lançou mão de uma estética diferenciada ao utilizar a câmera GoPro – o que proporcionou imagens em 360°, alterando desta forma a estética visual.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2015/09/obra-para-resolver-seca-em-parte-do-rn-so-acabara-em-2016-diz-governo.html>. Acesso em 31 de maio de 2016.

<sup>6</sup> <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2015/09/obra-para-resolver-seca-em-parte-do-rn-so-acabara-em-2016-diz-governo.html>. Acesso em 31 de maio de 2016.

Em relação ao processo de produção envolvendo duas equipes (uma de TV e outra de um portal de informações) de plataformas diferentes e considerando que ambas tem a possibilidade de disponibilizar o material em bases digitais via internet, observou-se que essa prática vem como consequência do processo de midiática da sociedade, propostos por Hjarvard (2012) e também com a cultura da participação de Shirky (2011), que possibilita a participação do espectador, por meio de compartilhamento e comentário.

As vídeoreportagens analisadas durante a pesquisa se desdobram por diversas plataformas em um processo que pode ser identificado como transmídia, porque se configura

como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelos meios digitais (FECHINE, 2014, p. 2).

Do ponto de vista jornalístico, a aproximação com pirâmide deitada apresentada por Canavilhas (2006), onde a unidade de base que corresponde ao *lead*, a página inicial do portal e do site apresentam estas características. Já o nível da explicação, corresponde à reportagem televisiva, no caso do site da TV, e às fotos no portal de informação. O nível da contextualização é encontrado no texto do portal de informação. E o nível da exploração também está presente no portal de informação, por meio do infográfico.

É possível considerar que a vídeoreportagem em análise neste artigo reflete a busca por novos formatos, novas estéticas em um processo de revitalização e reinvenção pelo qual o telejornalismo vem atravessando. Esse processo se desenvolve em função do processo de midiática da sociedade, onde o espectador está em busca de novas experiências, que não consiste mais em ficar diante da televisão, mas ter a possibilidade de acessar o seu conteúdo de outras formas e no horário e plataforma que lhe for conveniente.

## REFERÊNCIAS

ALIAGA, Ramon Salaverria. **Concepto de convergência periodística**. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?id=t1Qp5XTVcEkC&pg=PA36&lpg=PA36&dq=Scolari+2008++funcional,+tem%C3%A1tica+e+midi%C3%A1tica&source=bl&ots=2pE0pj7EC7&sig=JWz91UnRNi68APuurCk8TA79tOI&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiGnoCP0a\\_bAhXIFZAKHT5BD0cQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Scolari%202008%20-%20funcional%2C%20tem%C3%A1tica%20e%20midi%C3%A1tica&f=false](https://books.google.com.br/books?id=t1Qp5XTVcEkC&pg=PA36&lpg=PA36&dq=Scolari+2008++funcional,+tem%C3%A1tica+e+midi%C3%A1tica&source=bl&ots=2pE0pj7EC7&sig=JWz91UnRNi68APuurCk8TA79tOI&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiGnoCP0a_bAhXIFZAKHT5BD0cQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Scolari%202008%20-%20funcional%2C%20tem%C3%A1tica%20e%20midi%C3%A1tica&f=false). Acesso em: 15 de fevereiro de 2016.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** – Brasília: Secom, 2014.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da prâmide invertida às pirâmides deitadas. **BOCC** – Biblioteca Online de Ciências de Comunicação, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

FECHINE, Yvana. TRANSMIDIAÇÃO E CULTURA PARTICIPATIVA: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação; **XXIII Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal do Pará, 2014. Disponível em: [http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14\\_PRATICAS\\_INTERACIONAIS\\_E\\_LINGUAGENS\\_NA\\_COMUNICACAO/yvanafechine\\_compos2014\\_revisado\\_2268.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14_PRATICAS_INTERACIONAIS_E_LINGUAGENS_NA_COMUNICACAO/yvanafechine_compos2014_revisado_2268.pdf). Acesso em 01 de setembro de 2016.

FINGER, Cristiane. *Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital*. Revista: **Em Questão**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 121-132, jul./dez. 2012.

G1. **Figura 1.** Disponível em: <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2015/09/obra-para-resolver-seca-em-parte-do-rn-so-acabara-em-2016-diz-governo.html>. Acesso em 31 de maio de 2016.

G1. **Figura 1.** Disponível em: <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2015/09/obra-para-resolver-seca-em-parte-do-rn-so-acabara-em-2016-diz-governo.html>. Acesso em 31 de maio de 2016.

HJARVARD, Stig, *Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. **MATRIZES**, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 53-92, jan./jun.2012 Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327/41182>. Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

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

MACHADO, Arlindo. *Análise de programa televisivo*. 2012. Livre-docência (Tese em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SOUZA FILHO, Washington José de. **REDAÇÕES DIGITAIS NO JORNALISMO TELEVISIVO: A INTEGRAÇÃO DE CONTEÚDOS ATRAVÉS DA EDIÇÃO**. IV CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO /IV INTERNATIONAL

CONFERENCE ON ONLINE JOURNALISM; 2014, Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/78736/2/114531.pdf> de AI Reis - 2015. Acesso em 20 de fevereiro de 2016.

THOMAZ, Patrícia. **A LINGUAGEM EXPERIMENTAL DA VIDEORREPORTAGEM.** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Marília, 2007.