

**TRANSMÍDIA E REDES  
SOCIAIS:  
aspectos da inovação  
no telejornalismo**

TRANSMEDIA AND SOCIAL  
NETWORKS:  
aspects of innovation in  
telejournalism

TRANSMEDIA Y REDES SOCIALES:  
aspectos de la innovación en el  
teleperiodismo

**Elaide Martins<sup>1</sup>**  
**Mariana Castro<sup>2</sup>**  
**Isabelle Vinagre<sup>3, 4</sup>**

**RESUMO**

A partir de um olhar direcionado ao Jornal da Record News, esta pesquisa procura compreender os usos e apropriações da transmídia e das redes sociais digitais enquanto aspectos de inovação nos modos de fazer telejornalismo. O

<sup>1</sup> Doutora em Ciências: Desenv. Socioambiental (Naea/UFPA), mestre em Comunicação Social (Umesp) e graduada em Jornalismo (UFPA). Docente do Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia' (PPGCom) e da Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Integra o GP Interações e Tecnologias na Amazônia e a Rede JorTec. E-mail: [elaide@ufpa.br](mailto:elaide@ufpa.br).

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia' da Universidade Federal do Pará (UFPA), bolsista CNPQ. Graduada em Jornalismo (UFPA) e membro do Grupo de Pesquisa Interações e Tecnologias na Amazônia (CNPq-UFPA). E-mail: [marianacocastro@gmail.com](mailto:marianacocastro@gmail.com).

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia' da Universidade Federal do Pará (UFPA), bolsista CNPQ. Graduada em Jornalismo (UFPA) e membro do Grupo de Pesquisa Interações e Tecnologias na Amazônia (CNPq-UFPA). E-mail: [isabellefecury@gmail.com](mailto:isabellefecury@gmail.com).

<sup>4</sup> Endereço de contato das autoras (por correio): Universidade Federal do Pará – Instituto de Letras e Comunicação. Programa de Pós-Graduação 'Comunicação, Cultura e Amazônia'. Cidade Universitária José da Silveira Netto – Campus Básico do Guamá. Av. Augusto Corrêa, nº 01, Belém-PA- Brasil. CEP 66.075-110.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 3, maio. 2018

DOI: <https://doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2018v4n3p571>

JR News se autointitula o primeiro telejornal transmídia do Brasil e usa as redes sociais para transmitir suas edições, chamadas e até reuniões de pauta, ao vivo, com a participação do público. Adotando-se entrevista semiestruturada e observação direta como procedimentos metodológicos, este artigo ampara-se em Charron e Bonville (2016), Recuero (2009), Alzamora e Tárzia (2012), Zago e Bastos (2013), Canavilhas (2013), Martins, Castro e Vinagre (2017), dentre outros, para discutir intersecções entre transmidialidade e redes sociais como alternativa para o jornalismo frente às mudanças na contemporaneidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Transmídia; Redes Sociais; Inovação no jornalismo, JR News.

#### **ABSTRACT**

Based on a look at the Journal of Record News, this research seeks to understand the uses and appropriations of transmedia and the digital and social networks as aspects of innovation in ways of doing telejournalism. The JR News calls itself the first transmedia telejournal in Brazil and uses social networks to broadcast its issues, calls and even staff meetings, live, with audience participation. This article is based on Charron and Bonville (2016), Recuero (2009), Alzamora and Tárzia (2012), Zago and Bastos (2013), Canavilhas (2013), Martins, Castro and Vinagre (2017), among others, to discuss intersections between transmidiality and social networks as an alternative to journalism in the face of changes in contemporaneity.

**KEYWORDS:** Transmedia Journalism; Social networks; Innovation in journalism; JR News.

#### **RESUMEN**

A partir de una mirada dirigida al Jornal da Record News, esta investigación busca comprender los usos y apropiaciones de la transmedia y de las redes sociales digitales como aspectos de innovación en los modos de hacer teleperiodismo. El JR News se autointitula el primer telediario transmedia de



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 3, maio. 2018

DOI: <https://doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2018v4n3p571>

Brasil y utiliza las redes sociales para transmitir sus ediciones, llamadas e incluso reuniones de pauta, en vivo, con la participación del público. Adoptando entrevista semiestructurada y observación directa como procedimientos metodológicos, este artículo se ampara en Charron y Bonville (2016), Recuero (2009), Alzamora y Tárzia (2012), Zago y Bastos (2013), Canavillas (2013), Martins, Castro y Vinagre (2017), entre otros, para discutir intersecciones entre transmedialidad y redes sociales como alternativa para el periodismo frente a los cambios en la contemporaneidad.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo transmedia; Redes sociales; Innovación en el periodismo, JR News.

Recebido em: 10.01.2018. Aceito em: 16.03.2018. Publicado em: 29.04.2018.

## Introdução

A inovação no jornalismo pode ser compreendida sob diversos aspectos, seja em suas narrativas, processos produtivos, recursos tecnológicos e interativos ou mesmo nas etapas de circulação e consumo das informações. Em uma abordagem sobre práticas para a inovação nas organizações de notícias, Silverman (2015) discute o papel dos gestores e as condições para criar uma cultura e uma estrutura para a inovação, a fim de buscar e gerar ideias inovadoras e coletar um *feedback* da audiência. Ele define a inovação “como o processo de trazer novas práticas, cultura e produtos vivos dentro de uma organização” (2015, n.p., tradução nossa).

Em um contexto de convergência jornalística, Barbosa (2012, p.1) aponta “os dispositivos móveis, as bases de dados e a distribuição multiplataforma como agentes de inovação, renovação e reconfiguração” do jornalismo, propondo uma reflexão sobre o dinamismo nesse contexto. Para a autora, um produto jornalístico digital dinâmico “é aquele cujo conteúdo é continuamente renovado, inter-relacionado, contextualizado, trabalhado segundo distintos formatos multimídia” (2012, p.1). Isso nos remete ao uso das narrativas hipermídia, multimídia, transmídia (LONGHI; MARTINS, 2016; ALZAMORA; TÁRCIA, 2012; SCOLARI, 2013); imersivas (TÁRCIA, 2011; CANAVILHAS; BACCIN, 2015; MARQUES, 2016); e as de realidade virtual (MARQUES, 2016; SCOTT, 2016), que consideramos um dos aspectos de inovação no jornalismo.

Neste trabalho, buscamos compreender como os usos e apropriações da transmídia e das redes sociais digitais provocam mudanças nos modos de fazer telejornalismo e, ao mesmo tempo, constituem-se aspectos de inovação jornalística. Nosso olhar direciona-se ao Jornal da Record News (JR News), que se autointitula o primeiro jornal transmídia do Brasil e tem inovado em suas

formas narrativas, rotinas, processos produtivos e na relação com o espectador, a exemplo das reuniões de pauta transmitidas ao vivo pelo Facebook com a participação do público, das transmissões de suas edições pelas redes sociais, da construção de uma narrativa expandida exclusiva para o internauta e do uso de certos recursos, sobretudo de aplicativos, para se aproximar do usuário.

Como procedimentos metodológicos, realizamos uma entrevista semi-estruturada, por e-mail, com o editor e âncora do JR News, o jornalista Heródoto Barbeiro, como também adotamos a observação direta, técnica indicada para “compreender processos, inter-relações [...] e os contextos sociais e culturais onde acontecem as experiências humanas” (JORGENSEN, 1989 apud SAMPIERI et al, 2006, p. 383). A observação ocorreu não somente sobre edições do JR News, mas também dos perfis do seu âncora e do canal Record News nas redes sociais Facebook e Twitter. Ressaltamos que os perfis do JR News também foram observados nessas redes, mas por estarem desatualizados foram desconsiderados. A análise foi iniciada em dezembro de 2016 e se estendeu pelos meses de janeiro, fevereiro, março e abril de 2017, tendo sido feita novamente em outubro de 2017, quando foram observadas e atualizadas possíveis mudanças quanto ao tipo de conteúdo publicado, recursos explorados e modos de usá-los, dentre outras questões.

Como referencial teórico, amparamo-nos em Charron e Bonville (2016) para discutir transformações no jornalismo; em Recuero (2009), Zago e Bastos (2010) para abordar redes sociais; e em Renó e Flores (2012), Scolari (2013), Canavilhas (2013), Alzamora e Tárzia (2012), Martins (2012, 2015), Vinagre (2016, 2017), Castro (2016) e Martins, Castro e Vinagre (2017) para debater o a transmidialidade no jornalismo, considerando-os como aspectos de inovação.

### **Jornalismo transmídia: algumas concepções<sup>5</sup>**

Atualmente, o conceito de jornalismo transmídia ocupa o centro de uma série de discussões que procuram compreender suas especificidades. A maioria parte da apropriação do conceito de narrativa transmídia proposto por Jenkins (2009a, 2009b, 2009c, 2009d) para denominar o fenômeno da narrativa multiplataforma e participativa no campo do entretenimento. Para o autor, uma narrativa transmidiática prevê a criação de um universo narrativo que pode ser navegado de acordo com a escolha do público e no qual este participa de sua construção e/ou expansão.

Entretanto, algumas diferenças essenciais entre jornalismo e entretenimento exigem uma reflexão sobre as dinâmicas que a transmidialidade assume na produção de conteúdo noticioso. Alzamora e Tárzia (2012) acreditam que o jornalismo transmídia traz a possibilidade de novas formas de produção e distribuição da informação, mesclando diferentes gêneros e formatos ao integrar as lógicas comunicativas de transmissão e compartilhamento. “Trata-se, portanto, de uma forma de informação jornalística que transita em uma zona de deslocamento midiático porque se constrói em um novo lugar. Esta seria, em nossa opinião, a característica marcante da narrativa jornalística transmídia”. (ALZAMORA; TÁRCIA, 2012, p.32).

Esse modo de narrar o jornalismo tem levado pesquisadores a se debruçarem sobre os sentidos do termo jornalismo transmídia. Martins, Castro e Vinagre (2017, p.4) partem de diversas pesquisas para discutir esse conceito, apontando vertentes para além de uma estratégia, como:

---

<sup>5</sup> Para uma abordagem mais detalhada sobre características e concepções do jornalismo Transmídia, ver Martins, Castro e Vinagre, 2017.

a narrativa, cuja essência é a natureza multiplataforma; o formato, cuja estrutura se ampara em potencialidades do jornalismo na internet (CANAVILHAS, 2013), nos meios (audiovisuais) e recursos (móveis) (RENÓ; FLORES, 2012); e a linguagem, que também precisa considerar essas potencialidades, como multimídia, hipertextualidade e interatividade.

Pode-se dizer, ainda, que o jornalismo transmídia trata-se de um modelo de negócios cuja lógica reconfigura o perfil, as rotinas e os processos produtivos no jornalismo (MARTINS, 2012, 2015b). Essa modalidade está inserida na cultura da convergência e “consiste em um complexo sistema de fluxos de produção e distribuição de conteúdos, marcado, sobretudo, pela natureza multiplataforma e pela interação com o público” (MARTINS et al, 2017, p. 4).

Em uma perspectiva baseada na *Media Ecology*, Canavilhas (2013) compreende o jornalismo transmídia a partir de quatro características essenciais. A primeira é a interatividade, vista como o processo que permite estabelecer relações entre usuários, bem como entre usuário e conteúdo. A segunda é a hipertextualidade, que possibilita ao usuário escolher o próprio percurso a partir de uma narrativa navegável, cujo elo condutor é o *link*. A terceira característica é a multimídia integrada, a partir da qual “(...) os conteúdos devem ser usados com um objetivo específico no contexto do trabalho, seja para confirmar, destacar ou simplesmente ilustrar uma determinada situação em que a imagem ou o som fazem a diferença” (CANAVILHAS, 2013, p.8). Por fim, este autor evidencia a contextualização como elemento essencial no jornalismo transmídia, por considerar que não somente a construção do universo narrativo, mas a personalização no consumo da notícia são elementos diferenciais na recepção da narrativa jornalística.

Renó e Flores (2012), por sua vez, sugerem que o conceito tem sua origem na mistura entre a intertextualidade e a hipermídia e definem o jornalismo transmídia enquanto uma linguagem que incorpora outras linguagens, dando destaque para seu caráter móvel, multiplataforma e interativo.

Una reflexión sobre el Periodismo Transmedia es que viene a ser una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje. Por tanto, se adoptan recursos audiovisuales, interactivos y de movilidad y su difusión a partir de distintos medios, como los blogs y las redes sociales (RENÓ; FLORES, 2012, p.16).<sup>6</sup>

Para Pernisa Jr. (2010), Canavilhas (2013), Scolari (2013) e Massarolo (2015), o jornalismo transmídia está associado, ainda, à ideia de gênero, como o newsgame, grande reportagem, infográfico, etc. Essa ideia ampara-se em Kevin Moloney (2011, p.12), para quem “o jornalismo diário, com sua brevidade limitada no tempo, não é uma opção viável”<sup>7</sup>, uma vez que a transmídia, para ser efetiva, precisa de planejamento a longo prazo. Apesar de esses autores apontarem a grande reportagem como o gênero mais adequado para a transmidialidade, o JR News demonstra sua aplicabilidade também no jornalismo diário (MARTINS; VINAGRE, 2016; VINAGRE, 2017).

---

<sup>6</sup> Tradução livre das autoras: “Uma reflexão sobre o Jornalismo Transmídia é que vem a ser uma forma de linguagem jornalística que contempla, ao mesmo tempo, diferentes meios, com diversas linguagens e narrativas a partir de muitos meios dirigidos a diferentes usuários e tudo isso graças à interatividade da mensagem. Portanto, se adotam recursos audiovisuais, interativos e de mobilidade e sua difusão a partir de diferentes meios, como os blogs e as redes sociais”.

<sup>7</sup> Nossa tradução para “the *daily journalism, with its time-constrained brevity, is not a viable option*”.



Ainda sobre o JR News, Martins et al (2017) dizem que “características transmidiáticas<sup>8</sup> foram identificadas nesse produto, porém percebemos que não é exatamente nas matérias que está a sua transmidialidade, mas na estrutura em si”. Para elas, o formato do JR News favorece uma narrativa expandida, cuja conexão com os cibermeios, sobretudo com as redes sociais, permite a propagabilidade (JENKINS, FORD; GREEN, 2014) e a continuidade das narrativas em suportes distintos. Portanto, a essência transmidiática do JR News é garantida por sua estrutura, que foi concebida e planejada nesse sentido, proporcionando uma narrativa expandida, o seu grande diferencial. E essa estrutura ampara-se na apropriação de cibermeios, sobretudo de redes sociais digitais, um aspecto de inovação fundamental nos modos de fazer (tele)jornalismo na atualidade.

### **Redes sociais digitais e o primeiro telejornal transmídia do Brasil**

Lançado em 2011, o JR News é apresentado pelo jornalista Heródoto Barbeiro, de segunda a sexta-feira, às 21h. É o principal produto do canal de notícias Record News, pertencente ao Grupo Record, o qual pode ser sintonizado por TV aberta via UHF ou TV fechada. Sua narrativa expandida acontece na internet: durante o intervalo televisivo, acrescenta conteúdo exclusivo para quem acompanha sua transmissão, feita ao vivo, pelo site no portal R7, Facebook e YouTube. O âncora convida e incentiva o público a participar não apenas das edições do telejornal, através de e-mails, mensagens e comentários, mas também de suas reuniões de pauta da tarde, transmitidas pelo Facebook via Live, um recurso de transmissão de vídeos em tempo real.

---

<sup>8</sup>As características sistematizadas por Jenkins (2009b) são: Espalhamento, Capacidade de Perfuração, Continuidade, Multiplicidade, Extração, Imersão, Construção de Mundo ou Universo, Serialidade, Subjetividade e Performance. Para sua adaptação ao jornalismo, ver Martins (2015a).

Utilizando as fanpages do âncora e da emissora no Facebook, essas reuniões contam com a participação do usuário, que pode sugerir temas, comentar, criticar, etc. Esse novo modo de construir a notícia constitui-se uma tática fundamental para envolver o espectador e, ao mesmo tempo, abrir uma porta de diálogo dele com a equipe. Os jornalistas selecionam alguns comentários para responder ao vivo e incluí-los no debate em relação à produção das pautas do dia. Uma forma inovadora de apropriar-se das redes sociais e usá-las como estratégia para favorecer a transmídia no telejornalismo, uma vez que possibilita um papel mais ativo ao usuário.

O cenário de intersecções entre jornalismo e redes sociais é analisado por Martins (2016), apontando consequências, riscos e tendências, e nos remete também aos estudos de Gabriela Zago e Marco Bastos (2013), que pesquisam a visibilidade jornalística nas redes sociais no que diz respeito à necessidade de circulação da notícia. Para eles, o que muda com o advento da tecnologia digital são os suportes e formas de distribuição da informação e não a necessidade de fazê-la prosseguir, pois esta já existe desde a Antiguidade.

Atualmente, as redes sociais digitais são um dos principais meios de circulação da notícia. Desde o seu surgimento, na primeira década do século XXI, a imprensa usa seus recursos para produzir e circular conteúdo, sobretudo pela expressiva adesão de usuários às redes sociais digitais. De acordo com a Pesquisa Digital in 2017, realizada pelo We Are Social, há 2,7 bilhões de usuários ativos em todo o mundo. No Brasil, 58% da população acessam as redes sociais ao menos uma vez por mês, sendo o Facebook a mais usada, com 120 milhões de usuários. Diante desse cenário, há uma incessante busca em responder às demandas de um público que se volta, cada vez mais, para as redes sociais no que diz respeito ao consumo de notícias.

[...] o relatório anual da Reuters-2015, o *Digital News Report*, traz um mapeamento do cenário e tendências para o consumo de notícias nas plataformas digitais a partir de dados coletados com mais de 20 mil pessoas em 12 países, analisando a evolução do consumo de notícias em mercados como Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Japão e Brasil. Dentre seus resultados, indica que o Facebook é a rede social mais popular para o consumo de notícias: 41% dos entrevistados usam o Facebook para encontrar, ler, assistir, compartilhar ou comentar notícias - índice que representa mais que o dobro do segundo colocado, o YouTube. Com dados tão significativos, as redes passaram a lançar mão de certas estratégias para estreitar os laços com o jornalismo e fidelizar seu público. (MARTINS, 2016, p.6).

Os números ressaltam a necessidade de a notícia estar presente nesse ambiente, o qual também favorece a participação do público como fonte de informação. Essa participação é destacada por Raquel Recuero (2009, n.p.) como “a primeira e mais óbvia contribuição das redes sociais para o jornalismo”. A autora acrescenta que, além de possibilitar a participação das pessoas na produção de conteúdo online, essas redes são capazes de ampliar as conexões e a difusão das informações. É o que percebemos no JR News. O telejornal decidiu usar as redes sociais tanto na produção como na distribuição de seu conteúdo, propagando suas notícias através de uma narrativa multiplataforma.

Em entrevista concedida a Isabelle Vinagre<sup>9</sup>, uma das integrantes desta pesquisa, o jornalista e editor do JR News, Heródoto Barbeiro, falou sobre os motivos que levaram a equipe a aderir à transmídia e apontou o seu uso como algo inevitável no jornalismo. “A decisão se deu pela profunda transformação na condução de notícias nos dias atuais. Não há outra saída senão a multiplataforma. Jornais e revistas são exemplos contundentes com a queda de circulação e títulos. Ou se muda ou se morre”. (BARBEIRO, 2017, por e-mail).

---

<sup>9</sup>Entrevista concedida por e-mail à jornalista e pesquisadora Isabelle Vinagre, em 18.03.2017.

Quando questionado sobre o que mudou depois que as reuniões de pauta passaram a ser transmitidas ao vivo pela sua fanpage no Facebook, ele afirmou que o conteúdo do telejornal passou a ter interferência do público e que a equipe de produção se tornou mais reconhecida. E ainda acrescentou:

Resolvemos mudar, procurar outros caminhos e usar todas as plataformas possíveis, novas e tradicionais. A moçada da redação se adaptou rapidamente e na verdade são os motores das mudanças no JR News. Meu conhecimento é mais teórico, o deles é prático, daí juntamos os dois (BARBEIRO, 2017, por e-mail).

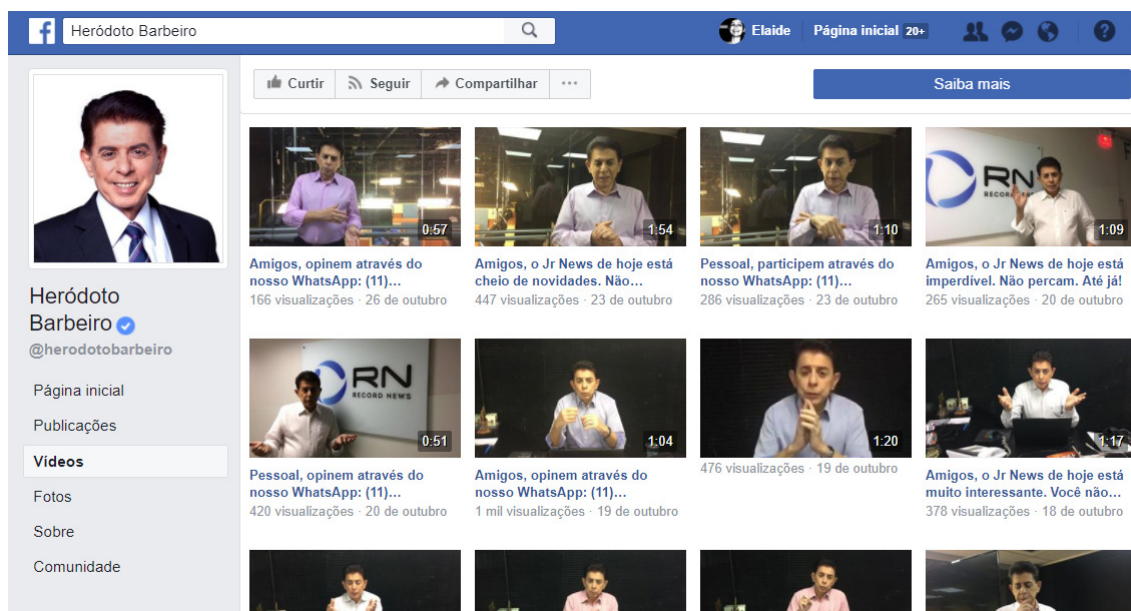
Além dessas mudanças, o telejornal adota a interatividade como característica da transmídia, aderindo às redes sociais e aos aplicativos de mensagens para reforçar a aproximação com o público. “Estão abertos o whatsApp, facebook, twitter, google + R7 e e-mail. Não se publica mais nada impunemente com as mídias sociais” (BARBEIRO, 2017, por e-mail). Diante disso, analisamos os perfis do jornalista Heródoto Barbeiro e do canal da Record News nas redes Facebook e Twitter, a fim de observar o uso que o JR News faz dessas redes e compreender como elas se configuram agentes de inovação e transmidialidade no fazer jornalístico.

### **Curtidas e *tweets* do Barbeiro**

As transmissões ao vivo na *fanpage* do âncora no Facebook iniciaram no dia 29 de junho de 2016, mas não são diárias. Desta data até o final do mês de dezembro de 2016, por exemplo, foram realizadas apenas 79 transmissões. Por outro lado, a seção de vídeos dessa fanpage é atualizada constantemente, sobretudo com pequenas chamadas para o telejornal e seus destaques, comentários sobre conteúdo do WhatsApp, esclarecimentos sobre dúvidas do usuário, convites para o público opinar, participar de enquetes e vivenciar

outras formas de interação, como se pode observar na Figura 01. A página também replica conteúdo do Blog do Barbeiro, servindo de espaço de divulgação para o mesmo.

**Fig. 01:** aba de vídeos na *fanpage* do jornalista Heródoto Barbeiro no Facebook.



Fonte: <https://www.facebook.com/herodotobarbeiro/>. Acesso em 28 de outubro de 2017.

No universo transmídia, o fluxo segue em várias direções. Portanto, além dos cibermeios, o próprio telejornal também é um espaço para o apresentador convidar o espectador a interagir, estimulando-o a enviar comentários, críticas e sugestões e a participar das reuniões de pauta transmitidas pelo Live. Observamos que alguns usuários já deixaram comentários em mais de uma transmissão dessas reuniões, mostrando certa fidelidade como audiência. O

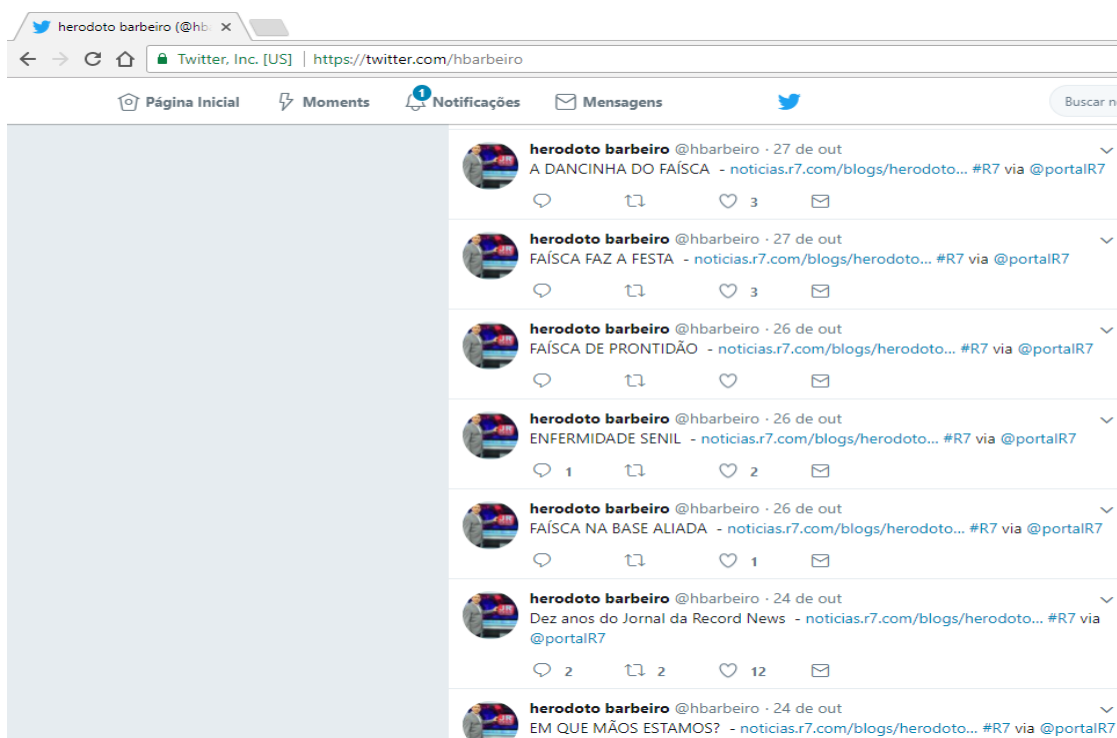
conteúdo desses comentários abrange desde sugestões de temas a reações sobre assuntos discutidos nas reuniões, além de elogios do tipo “adoro sua página”.

Já no perfil do jornalista Heródoto Barbeiro no Twitter, há uma linha do tempo basicamente composta por *tweets* que levam ao seu próprio blog, hospedado no portal R7<sup>10</sup>. O perfil não costuma interagir com o público pelos meios disponibilizados e, apesar das publicações frequentes, não aposta em conteúdos diferenciados. Ao contrário, sempre publica o mesmo modelo de tweet, como mostra a Figura 02, com título do texto compartilhado, link do Blog do Barbeiro e a fonte da informação, representada pelo “via @portalR7”.

**Fig.02:** *tweets* do jornalista Heródoto Barbeiro no Twitter.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/herodoto-barbeiro>



Fonte: <https://twitter.com/hbarbeiro>. Acesso em 28 de outubro de 2017.

Esse padrão, na maioria das vezes, indica que a publicação do *tweet* veio de um botão de compartilhamento existente no Blog do Barbeiro, hospedado no Portal R7, como pode ser visto na Figura 03.

**Fig. 03:** Blog do Barbeiro e recursos de compartilhamento para redes sociais.

r7.com/blogs/herodoto-barbeiro/page/3/

Publicado em 24/10/2017 às 18h46

## ENFERMIDADE SENIL

Ele entrou para a nossa história no século passado. E nunca mais saiu. O fenômeno foi inicialmente caracterizado pela prática na América Latina. Depois se espalhou para outros rincões do mundo. O populismo no Brasil está associado à ascensão... [Continue lendo](#)



FACEBOOK



TWITTER

Publicado em 23/10/2017 às 21h16

## FAÍSCA NA BASE ALIADA

Faísca, o mascote do Jornal de Record News, está se preparando para ir a Brasília. Não hoje, amanhã afinal deputados chegam na terça à tarde e voltam na quinta de manhã. Ele está pronto para a votação no plenário se autoriza ou não o... [Continue lendo](#)



FACEBOOK



TWITTER

Publicado em 23/10/2017 às 15h33

## JORNAL DE TAIACUPEBA

VIVA LEITE

A SAT é

## Twitter

22/02 | 10h27

**herodoto barbeiro:** LANÇAMENTO DE LIVRO: <http://t.co/YaeRizdQVs>

22/02 | 10h27

**herodoto barbeiro:** <http://t.co/YaeRizdQVs>

23/01 | 14h36

**herodoto barbeiro:** <http://t.co/gCmNGaQ6>

20/09 | 12h29

**herodoto barbeiro:** Caros amigos, em breve finalmente, meu novo site estará no ar!! Aguardem

## Facebook

Fonte: <http://noticias.r7.com/blogs/herodoto-barbeiro/>. Acesso em 28 de outubro de 2017.

É importante ressaltar, ainda, que os recursos que possibilitam o compartilhamento de conteúdo por meio das redes sociais nos remetem ao espalhamento, um dos conceitos-chave da narrativa transmídia. No âmbito do jornalismo, segundo Souza (2011) e Martins (2012), esse princípio diz respeito à propagação de conteúdo e é favorecido pelos ícones das redes sociais.

## Curtidas e *tweets* da Record News

A fanpage da Record News no Facebook mantém uma atualização mais intensa do que a página do âncora do JR News. Nos meses de janeiro e fevereiro de 2017, por exemplo, foram contabilizados 45 vídeos de transmissões



de reuniões de pauta ao vivo e dezenas de chamadas sobre os principais assuntos do telejornal. É interessante observar que mais da metade do material publicado na sessão de vídeos desta fanpage é referente ao JR News, reforçando a sua importância na programação deste canal. O foco neste telejornal se repetiu no segundo semestre, como se pode verificar na Figura 04. Ademais, a frequência é mantida com o mínimo de duas publicações diárias, além de vídeos de outros programas do canal, demonstrando certa preocupação em disponibilizar conteúdo ao público.

**Fig.04:** aba de vídeos na *fanpage* do canal da Record News no Facebook.

The screenshot displays the Facebook interface for Record News. At the top, there are interaction buttons: 'Curtiu', 'Seguindo', 'Compartilhar', and 'Assistir ao vídeo'. Below this is the 'Todos os vídeos' section, which contains a grid of video thumbnails. Each thumbnail includes a title, a view count, and a date. The titles are: 'Saúde e Você' (372 visualizações), 'JR News' (2,1 mil visualizações), 'Acompanhe o JR News também pelo Facebook...' (2,1 mil visualizações), 'Reunião de Pauta' (813 visualizações), 'Rodrigo Maia • Dicas ENEM' (510 visualizações), 'JR News' (2 mil visualizações), 'Acompanhe o JR News também pelo Facebook...' (2,3 mil visualizações), 'JR News' (2,6 mil visualizações), 'JR News' (1,9 mil visualizações), 'Saúde e Você • Saúde da Mulher Madura' (370 visualizações), 'JR News' (1,8 mil visualizações), and 'JR News' (1,4 mil visualizações). On the left side, there is a navigation menu with options: 'Página inicial', 'Publicações', 'Vídeos', 'Fotos', 'Sobre', 'Twitter', 'Instagram', 'Comunidade', and a green button 'Criar uma Página'.

Font

e: <https://www.facebook.com/recordnews/>. Acesso em 22 de outubro de 2017.

Nessa página, o alcance de visualizações dos vídeos registrado nos meses de março e abril de 2017 variou entre 469 e 12 mil, tendo o número de

comentários e engajamento de publicações proporcional ao número de pessoas que acompanharam os vídeos. No mês de outubro, chegou-se ao mínimo de 354 visualizações, registrando-se uma queda. No entanto, é importante destacar, ainda, que essa fanpage não faz publicações patrocinadas, baseando todo o seu alcance em postagens orgânicas, que contam com o compartilhamento e participação ativa dos seguidores.

Já no Twitter, a Record News iniciou suas publicações em 28 de março de 2016, mês em que a conta oficial do JR News no Twitter registrou sua última postagem. Na fanpage da emissora, as postagens são frequentes e dizem respeito aos vários produtos de sua programação. Ao contrário da fanpage do canal no Facebook, poucos posts são referentes ao JR News.

Nas publicações analisadas, percebe-se que estas se referem ao conteúdo expandido do telejornal, como o quadro Talentos e as entrevistas feitas na internet durante o intervalo televisivo, conforme Figura 05. O perfil da Record News no Twitter também apresenta diversidade de conteúdo, com alguns *tweets* constituídos por caracteres, outros por vídeos e outros com *hashtag*.

**Fig. 05:** *Tweets* sobre o JR News no perfil do canal da Record News.



Fonte: <https://twitter.com/recordnews>. Acesso em 22 de outubro de 2017.

Outro ponto a destacar é que a fanpage do canal da Record News no Twitter adota alguns princípios básicos de gestão de redes sociais, como frequência, conteúdo próprio e interação com o usuário.

Ressalte-se que a interação é estimulada intensamente no JR News. Além dos recursos já citados, destacamos dois canais muito propagados pelo âncora nas redes sociais e durante a exibição do telejornal: e-mail e o aplicativo de mensagens WhatsApp, que possibilita maior aproximação com o público por meio de contato direto.

Através destes canais, o espectador envia comentários, dúvidas e opinião sobre questões levantadas pelo apresentador. O uso desses recursos evidencia mudanças importantes nos processos produtivos e na função dos jornalistas que integram a equipe. Durante as reuniões de pauta, por exemplo, há a necessidade de avaliar as sugestões do público e considerar que os sites de redes sociais, de forma geral, passaram a integrar o acervo de informações para a produção jornalística. Além disso, esse cenário indica a necessidade de filtragem e, ainda, um aumento na demanda de informações a serem apuradas (BERNARDI, 2016). Aos poucos, o jornalista parece fundir as funções de um *gatekeeper*, que precisa filtrar a publicação de matérias de acordo com as demandas dos veículos de notícia, com as de um *gatewatcher*, conforme denominado por Bruns (2003), que deve manter os olhos abertos às demandas do público a fim de avaliá-las.

No momento da publicação da notícia, as redes sociais digitais cumprem, ainda, uma função essencial no seu espalhamento. A possibilidade de compartilhar o conteúdo acaba por permitir que o público contribua para sua divulgação.

Ao utilizar as redes sociais para distribuir suas notícias, os jornais não apenas proveem acesso a seus conteúdos como também possibilitam que usuários possam contribuir para repercutir essa notícia, seja através de replicações, seja através de comentários sobre os acontecimentos (ZAGO; BASTOS, 2010, p. 118-119).

Os comentários, por sua vez, representam uma valiosa ferramenta para a participação dos usuários na produção jornalística. Segundo Recuero (2014, p.120), o comentário é uma ação que é mais evidentemente conversacional e, portanto, constitui uma participação mais efetiva. É também a ação que demanda maior esforço nas redes sociais digitais, em comparação a certas reações, como as curtidas e compartilhamentos.

Quando se fala de transmidialidade, contudo, os comentários oferecem um ambiente rico em relação à multiplicidade, um dos princípios-chave da narrativa transmídia e que consiste na criação de novas versões da narrativa, que ampliam e enriquecem o universo do qual ela faz parte. No entretenimento, pela perspectiva de Jenkins (2009b, 2009c, 2009d), a multiplicidade pode se dar por meio da produção de *fanfictions* ou de outros produtos elaborados pelos fãs com distintos pontos de vista.

Contudo, no jornalismo, a multiplicidade traz à tona um tensionamento em relação à liberdade dos usuários e à linha editorial de veículos de comunicação. A moderação dos conteúdos é um elemento de forte presença nas estratégias de participação no jornalismo (BERNARDI, 2016; CASTRO; MARTINS, 2016a, 2016b). Em geral, os ambientes disponibilizados para comentários ou para envio de outros conteúdos dos usuários estão sujeitos às regras e políticas das empresas, como a seção "Envie seu vídeo", disponível no portal R7 e também no aplicativo R7VC. Nesse sentido, é rara a divulgação de versões que ofereçam outra perspectiva sobre o fato noticiado, pois podem contrariar a proposta editorial do veículo.

Esse cenário no remete aos estudos de Charron e Bonville (2016) sobre o paradigma jornalístico, buscando entender a natureza e as transformações no jornalismo. Eles propõem orientações metodológicas para compreender as mutações nesta área, apontando elementos para um modelo teórico da mudança no jornalismo. Para eles, as mudanças alteram significativamente o grau de adequação entre sistemas de regras distintos: por um lado, um sistema constituído pelo paradigma jornalístico e, por outro, por sistemas correntes no ambiente.

As tensões suscitadas pela defasagem entre os diferentes sistemas de regras forçam os jornalistas a tentar produzir, pela inovação, regras mais congruentes, quer dizer, a adotar uma prática discursiva mais de acordo com as condições concretas do exercício da profissão. Ora, a importância dessa adaptação depende das mudanças que atingem as instituições e as estruturas sociais que influenciam a imprensa e o jornalismo (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 48).

Diante desse cenário, sobretudo no que concernem os distintos sistemas correntes no ambiente digital, convém destacar que, ainda que estabeleçam suas regras e restrições, as empresas de comunicação possuem menos controle em relação às apropriações que são feitas sobre seus conteúdos nas redes sociais - por mais que as *fanpages* ofereçam alguns recursos, como a exclusão de comentários e bloqueio de certos usuários pelos gerenciadores. Entretanto, formatos como as transmissões ao vivo, em que os comentários são feitos simultaneamente, apresentam menor possibilidade de controle e, ao mesmo tempo, maior potencial para que os comentários sejam visualizados pelos demais usuários.

Outros princípios-chave da narrativa transmídia também podem ser encarados como estratégias comumente presentes no jornalismo, como a construção de mundo ou universo, compreendida nesta área como

contextualização da notícia, ou a continuidade, que visa o prosseguimento da matéria em outro suporte. No caso do JR News, cujo formato desenha-se em uma estrutura multiplataforma, a qual, por si só, já sugere uma construção de mundo, a continuidade pode ser observada na produção de conteúdos extras exibidos exclusivamente pela internet.

Por outro lado, nossa análise sugere que os princípios do espalhamento, a perfuração e a performance possuem uma relação mais direta com as redes sociais. O espalhamento pode ser compreendido como a participação do público na circulação de conteúdo de mídia, o que se observa na possibilidade de propagação dos conteúdos do JR News por meio dos perfis do telejornal e de seu âncora ou mesmo a partir de ferramentas disponibilizadas no site. A perfuração corresponde ao engajamento do público com os desdobramentos das narrativas. Ela pode estar vinculada à exploração do universo narrativo e à ampliação da contextualização em relação ao conteúdo, o que pode ocorrer, por exemplo, acessando material complementar em outras plataformas.

A performance, por sua vez, corresponde à habilidade de motivar a audiência (atratores culturais) para um determinado fim (ativadores culturais), o engajamento. No jornalismo, a performance pode ser compreendida a partir da oferta de espaços de participação, como as seções de comentários nos perfis de redes sociais, os aplicativos de mensagem, como o WhatsApp e os ambientes que possibilitem envio de conteúdo ou outra forma interação, além das chamadas realizadas durante o telejornal convidando o público a participar e interagir, inclusive por meio das redes sociais.

Nessa perspectiva, o telejornalismo vem inovando, buscando estratégias no sentido de corresponder ao comportamento de um público que encontra novas possibilidades de interação por meio das ferramentas digitais (MARTINS,

2012). Essas transformações, por sua vez, geram a integração entre o meio televisivo e cibermeios, contribuindo para a produção de conteúdos que exploram, cada vez mais, modelos multiplataforma e possibilitem a participação do público. Esses novos formatos, associados à interatividade e inseridos no contexto do jornalismo transmídia, apontam mudanças nas rotinas, processos produtivos e nas narrativas no telejornalismo, revelando aspectos da inovação no jornalismo contemporâneo.

### **Considerações finais**

Apesar do avanço das tecnologias digitais, da convergência midiática e de outras temáticas que ajudam a pensar o usuário enquanto agente ativo no processo de produção de notícia, a apropriação da narrativa transmídia pelo jornalismo pode ser considerada, claramente, um desafio para os profissionais e estudiosos do tema.

No atual cenário da produção jornalística, as redes sociais ocupam um espaço essencial na coleta de informações, construção e circulação das notícias. A publicação e compartilhamento em perfis de rede social são considerados indispensáveis nesses processos (BERNARDI, 2016). Os usos e possibilidades de exploração dessas redes pelas práticas jornalísticas criam um espaço importante de diálogo com os usuários. No caso do JR News, essa aproximação é feita por meio dos perfis da emissora e do âncora Heródoto Barbeiro. Essa relação é incentivada diariamente no telejornal durante as chamadas feitas pelo jornalista, nas quais ele convida o espectador a interagir pelas redes sociais, curtindo, compartilhando e comentando o conteúdo. Além disso, o site do telejornal, dentro do portal R7, oferece ferramentas de compartilhamento de notícias para diversas redes através de botões situados no topo da página. Por



sua vez, esse portal transmite o telejornal ao vivo e disponibiliza um aplicativo próprio, o R7, no qual o usuário pode salvar matérias e editar seus temas de interesse.

Destacamos, ainda, que o JR News apresenta conteúdo diferenciado no que diz respeito à produção adequada a cada plataforma e, portanto, não se limita a reproduzir o conteúdo do telejornal. Nas redes sociais, por exemplo, além de disponibilizar uma edição expandida do telejornal, a equipe posta vídeos com matérias ou entrevistas exibidas apenas na internet, promove enquetes sobre determinados assuntos abordados no JR News e exibe o quadro Talentos, etc.

Outra observação que deve ser apontada é a subutilização do perfil do âncora no Twitter, que praticamente se restringe ao compartilhamento de textos do Blog do Barbeiro e ao uso de *hashtags*, que mesmo auxiliando a contextualização de um tema, funciona como facilitador de busca apenas na plataforma utilizada. Assim, apesar da proposta do telejornal, o caráter transmídia é pouco explorado nesse perfil. Sua seção de vídeos não faz nenhuma referência ao JR News desde 06 de abril de 2016 e a página não usa o Periscope, ferramenta de transmissão de vídeo ao vivo do Twitter, ao contrário do que é feito no Facebook. Neste, os recursos da fanpage do âncora são mais explorados, pois a rede é usada para as transmissões do telejornal e de suas reuniões de pauta, para divulgar vídeos com chamadas e/ou destaques do telejornal, para incentivar o envio de mensagens via WhatsApp e para outras postagens sobre o JR News.

Essas transformações indicam um esforço do jornalismo em tentar acompanhar as mudanças no comportamento do público em relação à produção, consumo e circulação de conteúdo, sobretudo no que diz respeito às

redes sociais. Apesar de algumas restrições nos usos e apropriações dos recursos das redes sociais digitais pelo jornalismo, há de se reconhecer que estas cumprem um papel essencial na implantação de estratégias transmidiáticas, por meio da incorporação de suas ferramentas e dinâmicas.

Assim, por mais que o JR News não explore todas as características da narrativa transmídia, ele promove experiências que apontam na direção de novas possibilidades transmidiáticas e mostram-se viáveis no contexto da produção diária de notícias. E isto é um aspecto fundamental, que não podemos deixar de destacar. Outra percepção que consideramos importante em nossas reflexões, é que as transformações ocorridas no jornalismo a partir de sua relação com as redes sociais digitais estão associadas à práticas de inovação no jornalismo, sobretudo porque esta se configura, segundo Rosseti (2013,p.64), “um fenômeno social, simbólico e tecnológico, presente em toda sociedade contemporânea midiaticizada e pode perpassar todo o campo da Comunicação”.

É necessário dizer que o processo de inovação acelera-se, ainda mais, como bem ressaltam Charron e Bonville (2016, p. 48), “quando importantes mudanças atingem as estruturas sociais (econômicas, políticas, culturais, etc.), nas quais a prática do jornalismo se imbrica”. Nesse contexto, inegavelmente, muitas empresas de jornalismo sentem-se forçadas a repensar seus modelos de negócios para atrair e fidelizar o público. Porém, por mais esforços e mudanças que promovam, os tempos são de experimentações e incertezas, pois vivemos em um ecossistema midiático diversificado, de múltiplas plataformas de produção, consumo, compartilhamento e circulação de conteúdo. Um ambiente que tem impulsionado o jornalismo a buscar estratégias de inovação, no qual a

transmídia e as redes sociais, cuja essência multiplataforma e interativa, despontam como alternativa para se adequar às mudanças nos tempos atuais.

### Referências

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, vol. 8, n.1, 2012.

BARBOSA, S. Agentes de inovação, renovação e de reconfiguração para o jornalismo em tempos de convergência. **Cibercomunicación**, Santiago de Compostela, v.1, n.1, 2012.

BERNARDI, María Teresa. Transmedialidad y rutinas en medios digitales hiperlocales. In: ROST, Alejandro; BERNADI, María Teresa; BERGERO, Fabián (orgs.). **Periodismo transmedia: la narración distribuida de la noticia**. Publifadecs: Neuquén, 2016.

BRUNS, Axel. Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news. **Media International Australia**, n. 107, p. 31-44, 2003. Disponível em: <<http://eprints.qut.edu.au/archive/00000189/>>. Acesso em: 25 de Set. de 2014.

CANAVILHAS, João. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In Denis Renó, Carolina Campalans, Sandra Ruiz e Vicente Gosciola (orgs.). **Periodismo Transmedia: miradas múltiples**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013.

CANAVILHAS, João; BACCIN, Alciane. Contextualization in hypermedia news report: narrative and immersion. **Brazilian Journalism Research**, v. 1, n. 1, p.10-27, 2015.

CASTRO, Mariana; MARTINS, Elaide. Multiplicidade e relações de poder: participação do público no fazer jornalístico. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCiber: Cibercultura, Democracia, Liberdade no Brasil, IX, 2016, São Paulo-SP. **Anais...** São Paulo, PUC-SP, 8 a 10 dez. 2016.

\_\_\_\_\_. Entre a conversação informal, o falatório e a recontagem da notícia: midiatização e multiplicidade nos comentários do G1 Pará. In: SEMINÁRIO

INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, I, 2016, São Leopoldo - RS. **Anais...** São Leopoldo – RS, PPGCC, Unisinos, 12 a 15 dez. 2016.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis/Brasília: Insular/FAC, 2016.

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

\_\_\_\_\_. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). **Confessions of an Aca-Fan**, 2009b. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html)> Acesso em: 30 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. **Confessions of an Aca-Fan**, 2009c. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html)> Acesso em: 30 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. Harry Potter: The Exhibition, or what Location Entertainment Adds to a Transmedia Franchise. **Confessions of an Aca-Fan**, 2009d. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/blog/2009/12/harry\\_potter\\_the\\_exhibition\\_or.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/harry_potter_the_exhibition_or.html)> Acesso em: 30 mar. 2016.

LONGHI, Raquel; MARTINS, Elaide. Narrativas digitais webjornalísticas: transmídia, intermídia e convergência. In: TRÄSEL, M.; LONGHI, R.; BOTELHO-FRANCISCO, R.; LIMA JR, W.T. **Pensar em Rede – pesquisa aplicada em jornalismo e tecnologias digitais**. Macapá: UNIFAP, 2017.

MARTINS, Elaide. Telejornalismo na era digital: aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel. **Brazilian Journalism Research**, SBPJor, v. 8, n. 2, 2012.

\_\_\_\_\_. Narrativa transmídia no jornalismo amapaense: percepções e apropriações. In: SARDINHA, Antonio; MARTINS, Elaide (orgs.) **Interfaces Midiáticas na Amazônia – pesquisas, saberes e vivências**. Rio Janeiro/Macapá: Autografia/EdUNIFAP, 2015a, p. 156-179.

\_\_\_\_\_. Convergência e Narrativa Transmídia no Jornalismo: transformações nas práticas e no perfil dos profissionais. **Brazilian Journalism Research**. SBPJor, v.11, n. 2, 2015b, p. 184-203.

\_\_\_\_\_. Notícias nas redes sociais e redes sociais de notícias. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 14, 2016, Palhoça - SC. **Anais...** Palhoça-SC, Unisul, nov. 2016.

MARTINS, Elaide; VINAGRE, Isabelle. Entre o portal e o telejornal: aspectos da narrativa transmídia no jornalismo do grupo Record. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, VII, 2016, Campo Grande - MS. **Anais...** Campo Grande-MS, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, 3 a 5 nov. 2016.

MARTINS, Elaide; CASTRO, Mariana; VINAGRE, Isabelle. **Jornalismo Transmídia**: características e concepções. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, VIII, 2017, Campo Grande - MS. **Anais...** Campo Grande-MS, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, 27 a 29 set. 2017.

MARQUES, João P. **Realidade Virtual e Jornalismo Imersivo**: anotação dinâmica de peças noticiosas em vídeo 360°. Dissertação (Mestrado em Multimídia), Universidade do Porto-PT, Junho de 2016, 105 f.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Verso e Reverso**, Unisinos, vol. 28, n. 68, maio-agosto 2014.

RENÓ, Denis P.; FLORES, Jesús. **Periodismo Transmedia** - Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos. Madrid: Fragua, 2012.

ROSSETTI, Regina. Categorias de inovação para os estudos em comunicação. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 14, n. 27, p. 63-72, jul-dez 2013.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 3a ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SCOLARI, Carlos A. **Narrativas transmedia**: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, 2013.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 3, maio. 2018

DOI: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p571>

SILVERMAN, C. The best practices for innovation within news organizations. **American Press Institute** – API, Arlington, EUA, 27 mai. 2015. Disponível em: <http://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/best-practices-for-innovation>. Acesso em: 24 jan. 2017.

SCOTT, Caroline. **Now is a good time for publishers to invest in virtual reality**. Journalism.co.uk, London, 13 April 2016.

TÁRCIA, L. Narrativa Transmídia em Jornalismo de Imersão e Newsgame. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, IX, 2011, Rio de Janeiro-RJ. **Anais...** SBPJor, 3-5 nov.2011.

VINAGRE, Isabelle. **A narrativa transmídia no jornalismo: os conceitos-chave e a produção de conteúdo transmidiático pelo Jornal da Record News**. Monografia (Conclusão de Curso em Comunicação). Belém: Universidade Federal do Pará, 2017.

ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco. Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. **Brazilian Journalism Research**. SBPJor, v. 9, n. 1, 2013, p.116-133.