

## MULTIPLICIDADE E RELAÇÕES DE PODER: PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NO FAZER JORNALÍSTICO<sup>1</sup>

Mariana CASTRO<sup>2</sup>; Elaide MARTINS<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo adota o conceito de multiplicidade (JENKINS, 2009b) como conceito central desta pesquisa e propõe aqui relacioná-lo a outros conceitos importantes para a comunicação na contemporaneidade, como interatividade (LE MOS, 1997; PRIMO, 2000; MESO, NATANSOHN, PALOMO e QUADROS, 2011; ROST, 2014), narrativa transmídia (JENKINS, 2009a, 2009b; SCOLARI, 2009, 2013) e autocomunicação de massa (CASTELLS, 2015), a fim de expandir a compreensão sobre o mesmo. A pesquisa, centrada na perspectiva do fazer jornalístico, busca ainda compreender as possibilidades e dificuldades da apreensão de elementos das narrativas transmídia pelo jornalismo, e os desafios encontrados na busca de estabelecer a participação do público como fase desse processo.

**Palavras-chave:** Multiplicidade; Interatividade; Narrativa Transmídia; Jornalismo; Pará.

No presente cenário de aceleradas transformações tecnológicas, culturais, sociais e mercadológicas, o campo do jornalismo enfrenta um processo de mudanças que acompanham

---

<sup>1</sup>Artigo apresentado ao Eixo Temático 15 – Convergência tecnológica / Transmídia / Transmidiatização do IX Simpósio Nacional da ABCiber.

<sup>2</sup>Pesquisadora é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom), da Universidade Federal do Pará e integrante do Grupo de Pesquisa Interações e Tecnologias na Amazônia-ITA (CNPQ). E-mail: marianacastro@gmail.com

<sup>3</sup>Pesquisadora é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCom), da Universidade Federal do Pará. É Doutora em Ciências Socioambientais (NAEA-UFPA) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Interações e Tecnologias na Amazônia-ITA (CNPQ). E-mail: elaidemartins@gmail.com

reestruturações organizacionais, relacionadas à reconfiguração nos papéis de produtores e receptores (CASTELLS, 2015). Nesse contexto, vê-se a multiplicação de ferramentas ditas de interatividade, as quais se propõem a possibilitar maior participação do público na produção de conteúdo.

Entretanto, a utilização dessas ferramentas no jornalismo vem frequentemente cercada de limitações, em geral, relacionadas à moderação a que essas produções são submetidas. Enquanto o elemento técnico avança e novas formas de interação entre público, conteúdo, produtos, profissionais e veículos de comunicação são desenvolvidas, o campo não parece adaptar-se às novas possibilidades e usos, reproduzindo, na maioria das vezes, as mesmas práticas tradicionais. De uma forma geral, percebe-se, por exemplo, pouco avanço das empresas jornalísticas no desafio de se atualizar ao novo contexto e algumas não vão além da mera implantação de ferramentas, não conseguindo explorar essas formas interativas na construção de suas narrativas.

Nesse sentido, é preciso considerar, para além das possibilidades ofertadas por estratégias e ferramentas, de que maneira as práticas jornalísticas estão reconfigurando as relações entre esses meios e seu público, bem como a participação do público na produção de conteúdo e construção de suas próprias narrativas. O presente artigo, então, propõe fazer uma reflexão e discussão sobre essa participação tendo como conceito-chave a multiplicidade (JENKINS, 2009b) e a sua relação com outros conceitos, como interatividade (LEMOS, 1997; PRIMO, 2000; MESO, NATANSOHN, PALOMO e QUADROS, 2011; ROST, 2014), narrativa transmídia (JENKINS, 2009a, 2009b; SCOLARI, 2009, 2013) e autocomunicação de massa (CASTELLS, 2015).

Essa discussão se dá no contexto de práticas jornalísticas na Amazônia, mais especificamente de veículos de comunicação da capital paraense, Belém. Neste sentido, os conceitos anteriormente mencionados são também relacionados aos objetos de estudo de pesquisa realizada pelas autoras: o telejornal Bom Dia Pará, exibido pela TV Liberal, e o portal de notícias G1 Pará<sup>4</sup>, ambos pertencentes às Organizações Rômulo Maiorana, afiliada à Rede Globo no Pará.

Os procedimentos metodológicos adotados partem fundamentalmente da compreensão dos conceitos mencionados anteriormente, a fim de estruturar a discussão proposta. Em relação aos dados que são aqui apresentados como aprofundamento desta abordagem, enfocando os objetos mencionados, o programa Bom Dia Pará e o portal G1 Pará, parte-se de uma coleta de dados, realizada no período de 4 a 8 de julho de 2016, voltada para a

---

<sup>4</sup> Acesso em <http://g1.globo.com/pa/para/>

observação e análise de apropriações dos elementos das narrativas transmídia no jornalismo local. A coleta consistiu da observação direta e utilização de um protocolo de análise elaborado no projeto de pesquisa “Apropriações da narrativa transmídia pelo jornalismo: novas relações, formatos e processos produtivos” (PPGCom-UFPA), no qual se busca identificar, discutir e compreender a presença dos princípios da narrativa transmídia elencados por Jenkins (2009b, 2009c) no jornalismo, incluindo a multiplicidade, como também a presença de outros conceitos diretamente relacionados à interatividade, como a imersão.

A partir da relação entre conceitos essenciais à compreensão das dinâmicas de participação dos usuários, vê-se a possibilidade de aprofundar o entendimento sobre a multiplicidade, bem como expandir as possibilidades de seus usos e compreender as implicações e compromissos feitos a partir da adoção de uma perspectiva transmídia na construção de narrativas, sobretudo no campo jornalístico.

### **Narrativas transmídia e sua multiplicidade de versões**

A multiplicidade é um dos conceitos-chave da narrativa transmídia (JENKINS, 2009a, 2009b, 2009c). Na constituição de uma narrativa transmídia “(...) the different media and languages participate and contribute to the construction of the transmedia narrative world. This textual dispersion is one of the most important sources of complexity in contemporary popular culture” (SCOLARI, 2009, p.587). Ao contrário de formatos em que um mesmo conteúdo é reproduzido em diversas plataformas, a narrativa transmídia propõe a produção de conteúdos complementares, que considerem os recursos e potencialidades oferecidas por cada meio e que permitam o acesso ao universo narrativo de forma a oferecer uma compreensão maior sobre os elementos essenciais desse universo, acrescentando um novo elemento a cada plataforma acessada (JENKINS, 2009a).

Contudo, além de seu caráter multiplataforma, a participação ativa do usuário é essencial a esse formato narrativo. Enquanto estratégia consolidada em meio a uma cultura participativa (JENKINS, 2009a), as narrativas transmídia possuem um perfil interativo que possibilita ao usuário fazer parte da construção do universo. Nesse sentido, elas oferecem ferramentas que permitem ao público não só aprofundar-se nos conhecimentos sobre enredo, contexto e personagens, mas ainda propor alternativas ao encaminhamento original da história.

É importante dizer que Jenkins (2009b, 2009c) propõe um conjunto de dez conceitos-chave que incorporam os elementos essenciais a uma narrativa transmídia, constituindo seus

princípios. São eles: Espalhamento, Capacidade de Perfuração, Continuidade, Multiplicidade, Extração, Imersão, Construção de Mundo ou Universo, Serialidade, Subjetividade e Performance. No entanto, por uma questão de enfoque, não serão detalhados aqui cada um desses conceitos<sup>5</sup>. Porém, convém ressaltar que, em sua maioria, tais princípios se referem a elementos que possibilitam ao usuário interagir com a narrativa.

Dentre esses conceitos-chave, destacamos o de multiplicidade por seu potencial criativo. A multiplicidade é compreendida aqui como a possibilidade de construção de novas versões para uma mesma narrativa, caracterizando-se, portanto, pela construção de novas versões sobre uma mesma história.

Multiplicity allows fans to take pleasure in alternative retellings, seeing the characters and events from fresh perspectives, and comics publishers trust their fans to sort out not only how the pieces fit together but also which version of the story any given work fits within. We can compare this with the laborious process the producers had to go through to launch the recent Star Trek film, showing us that it does indeed take place in the same universe as the original and is part of the original continuity, but the continuity has to be altered to make way for the new performers and their versions of the characters (JENKINS, 2009b).

Em nossas pesquisas, percebemos que um elemento essencial a ser considerado em relação à multiplicidade enquanto parte integrante da narrativa transmídia, é a possibilidade de versões construídas pelos usuários, uma recontagem da história a partir de sua participação. As fan-fictions (ficções de fã) caracterizam um exemplo de como fãs de diversas franquias do cinema e da literatura encontram espaço para reescrever algumas narrativas ou dar continuidade às histórias iniciais.

É importante ressaltar aqui que os estudos desenvolvidos por Jenkins (2009a, 2009b, 2009c) sobre narrativa transmídia se voltam para o campo do entretenimento e o nosso interesse é o campo do jornalismo, apresentando-se, assim, o desafio de desenvolver uma compreensão sobre as possibilidades de aplicabilidade da transmídia no jornalismo (RENÓ e FLORES, 2012; SCOLARI, 2013; CANAVILHAS, 2013; MARTINS, 2012, 2013, 2014a, 2015a, 2014b, 2015b, 2015c; MARTINS e VINAGRE, 2016; MARTINS e CASTRO, 2016; CASTRO e MARTINS, 2016). Nesse contexto, é preciso considerar a relação jornalista/público em que as relações de poder se configuram de formas diferenciadas.

Sobre a perspectiva da multiplicidade no jornalismo, propõe-se aqui pensá-la enquanto a possibilidade de que o usuário possa oferecer versões alternativas ao acontecimento noticiado por um veículo de comunicação, seja para complementar ou contradizer, desde que

---

<sup>5</sup> Para saber mais sobre os conceitos mencionados, consultar Jenkins (2009b, 2009c). Em relação aos possíveis usos desses conceitos pelo jornalismo, ver Souza (2011) e Martins (2012, 2014, 2015a, 2015b, 2015c).

fora da notícia. Podem ser pensados diversos espaços que possibilitem essa forma de intervenção, como as redes sociais ou as seções específicas em portais de notícia e telejornais para inclusão de conteúdo desenvolvido pelo leitor/espectador.

Durante a coleta realizada, o espaço de comentários do portal G1 Pará mostrou-se como mais promissor, dentre os espaços observados, para a produção de outras versões da notícia. No site, a página de cada notícia oferece uma sessão para comentários, que ficam disponíveis por tempo pré-determinado para os usuários. Os demais leitores podem ainda utilizar botões para curtir ou não o comentário postado. É essencial, no entanto, compreender que esse ambiente é moderado pela empresa que administra o site. Os comentários são filtrados e podem ainda ser denunciados por outros leitores, que não estão satisfeitos com os mesmos por alguma razão. Nesse sentido, os comentários feitos no portal estão sujeitos à seleção e, portanto, aos interesses do veículo de comunicação responsável pelo mesmo, o que pode ser visto como uma limitação ao exercício da multiplicidade e como uma demonstração da manutenção do poder por parte dos veículos, mesmo diante das novas possibilidades de produção do público.

O grande capital não iria retrair-se tão facilmente diante dos públicos que ameaçavam tomar o poder para si por meio de interações colaborativas em redes digitais. De fato, as organizações midiáticas perderam muito desse controle, sendo que o poder passou a ser dividido com milhões de cidadãos pilotando diferentes tecnologias (PRIMO, 2013, p.21).

A presença do ambiente dos comentários demonstra, entretanto, algum interesse do veículo em oferecer um espaço de participação, ainda que limitada, para o usuário. Nesse sentido, as ferramentas de interatividade apresentam-se enquanto elementos importantes para a concretização da multiplicidade, ao oferecer possibilidades de produção e distribuição das versões alternativas.

### **Interatividade: uma estratégia que beneficia a quem?**

O termo interatividade tem se popularizado como estratégia midiática em diversos segmentos, desde o entretenimento até a política e o jornalismo, sobretudo em relação às plataformas digitais. Aqui, entretanto, consideram-se os processos interativos como experiências vivenciadas em meios analógicos e digitais, ambientes *online* e *offline*. A interatividade abrange desde a ação de escolher o próprio percurso de leitura em um jornal

impresso até o uso de ferramentas especializadas em um portal de notícias (MESO et al., 2011; RENÓ e FLORES, 2012; ROST, 2014).

Considerando a perspectiva de Vilches (2003 apud RENÓ e FLORES, 2012, p.51), a interatividade deve ser compreendida enquanto uma função em um processo de trocas comunicacionais entre indivíduos ou entre indivíduo e máquina. Em relação mais específica ao meio jornalístico, “(...) esses recursos tecnológicos representam uma alternativa de serviços agregados à informação que possibilitam ao leitor intervir, dialogar e recuperar dados da maneira que desejar” (MESO et al., 2011, p.51).

As ações interativas são favorecidas pela interface, o ambiente que oferece as ferramentas necessárias à experiência de interação (LEMOS, 1997, p. 19). O pesquisador Alejandro Rost (2014) propõe que a partir de determinados usos da interface, uma ação pode ser classificada enquanto interatividade seletiva ou comunicativa. A interatividade seletiva diz respeito à forma de navegação dos conteúdos e a possibilidade de escolhas a serem feitas em matéria de percurso e personalização dos recursos existentes, como tamanho da fonte, ordem de leitura, uso de hiperlinks, dentre outros (ROST, 2014, p.57).

Em relação à interatividade comunicativa, entretanto, o autor propõe que se trata de um processo de produção de conteúdos, subdividido por Rost (2014) a partir de outros dois conceitos: comunicação e expressão. Ambos demonstram outro tipo de interação, na qual o usuário alcança um novo nível de envolvimento ao ocupar a função de produtor.

A interatividade comunicativa representa as possibilidades de comunicação e expressão que o utilizador tem entre os conteúdos do meio. Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros (comunicação). Em outras ocasiões, apenas pretende expressar uma opinião individual ou dar uma informação, mas sem procurar deliberadamente uma resposta ou um contacto bidirecional ou multidirecional com outros indivíduos (expressão) (ROST, 2014, p.58).

A partir das ferramentas para uma interatividade comunicativa, podemos perceber algumas potencialidades para o funcionamento de um ambiente de multiplicidade. Mais uma vez, entretanto, nos deparamos com uma prática que segue a linha da expressão mais do que a comunicação e a produção mais elaborada de um conteúdo. No telejornal Bom Dia Pará, por exemplo, uma das principais ferramentas de envolvimento e participação do público está no envio de imagens da paisagem local, mais especificamente, o pôr-do-sol em cada região do estado do Pará. Entretanto, tais imagens não estão acompanhadas de nenhuma informação ou crítica a mais, são enviadas isoladamente e assim apresentadas sem maiores contextos além da localização e autoria da foto. Essa estratégia, bem como os usos gerais do espaço para

comentários no G1 Pará, revela uma maior presença de material expressivo, nos quais usuários até externam certos argumentos, mas ainda assim, não de forma a oferecer novas versões ao acontecimento.

Renó e Flores (2012) destacam, ainda, a presença de dois tipos de relação interativa em ambientes hiper, aquele constituído de um espaço expandido: relações um-um e muitos-muitos. Assim como a interatividade seletiva de Rost (2014), a interação um-um possui uma relação mais individualista, a partir da qual o produtor de conteúdo oferece uma estrutura interativa por meio da qual o usuário pode redefinir e redesenhar a estrutura de acordo com sua preferência pessoal, personalizando sua experiência de leitura. O resultado desse processo, portanto, é percebido apenas pelo usuário que faz as determinadas modificações, e não necessariamente compartilhado com os demais.

A relação muitos-muitos, por outro lado, é característica de um modelo em que o conteúdo publicado está sujeito à contribuição de uma comunidade de leitores, suas reações e seus comentários, “(...) a partir de ahí empieza un dialogo entre todos los participantes que pueden ser muchos” (RENÓ e FLORES, 2012, p.51). Essa relação pode ser mais claramente pensada dentro de um contexto de produção coletiva de conteúdo, bem como da formação de comunidades de conhecimento, elementos daquilo que Jenkins (2009a) contextualiza como uma cultura participativa.

### **A autocomunicação de massa em tempos de cultura participativa**

A cultura participativa se estabelece no contexto da cultura da convergência, contemplando o fenômeno do envolvimento do público e a reconfiguração da relação entre produtores e consumidores, com o reconhecimento do papel ativo deste último.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. 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, 2009a, p.30).

A cultura participativa representa ainda a reconfiguração das relações entre conglomerados de mídia e seu público. Com a multiplicação de produtores de conteúdo, vê-se a distribuição de uma potencialidade que era anteriormente concentrada nas mãos de grandes detentores de capital. A mídia compreende uma grande variedade de formatos e autores, e, como apontado por Castells (2015) observa-se a uma nova sistematização da comunicação. Se

antes se tratava de uma comunicação massiva e outra interpessoal, hoje o autor considera o surgimento de uma terceira modalidade, denominada de autocomunicação de massa.

Esse modelo comunicativo parte de muitos para muitos. É característico de um ambiente digital. A oferta de ferramentas mais acessíveis favorece maior possibilidade de produção e divulgação de conteúdos midiáticos sem a necessidade de formação especializada. A massividade de tais emissões é atestada pela multiplicação de repositórios, nos quais esses produtos podem ser publicados e acessados gratuitamente. Quanto ao sentido do termo autocomunicação, Castells (2015, p.102) afirma que “(...) a produção da mensagem é autogerada, a definição do(s) receptor(es) potencial(ais) é autodirecionada e a recuperação das mensagens específicas, do conteúdo da World Wide Web (...) e de redes eletrônicas de comunicação é autosselecionada”.

Castells (2015) apresenta uma série de fatores que levam ao estabelecimento da cultura da convergência descrita por Jenkins (2009a, 2009b, 2009c). Esses incluem as transformações tecnológicas; as mudanças organizacionais da comunicação a partir das reconfigurações nos papéis de receptores e produtores; as transformações culturais que acompanham tais processos, marcadas por dualidades (cultura global/ cultura de múltiplas identidades, individualismo/comunalismo); e, finalmente, mudanças nas relações sociais e de poder derivadas desse modelo multimodal de comunicação.

Na autocomunicação de massa, como dito anteriormente, tornam-se mais acessíveis os procedimentos de produção e publicação de conteúdos. Isso também pode ser percebido com a popularização de alguns espaços, como o Youtube, em que produções de grandes empresas, feitas com apoio de verbas generosas, e outras de caráter amador, figuram lado a lado dentre as opções disponíveis.

A relação entre autocomunicação e multiplicidade é evidente. Em um contexto em que o potencial para produção e compartilhamento de produções midiáticas amadoras se amplia, observa-se uma porta para iniciativas que busquem a construção de narrativas alternativas. Isso implica, ainda, na reestruturação dos meios de comunicação tradicionais, que passam a buscar um diálogo com formatos característicos desse modelo, como o blog e as redes interativas.

Certamente, a mídia oficial usa blogs e redes interativas para distribuir seu conteúdo e interagir com seu público, combinando modos de comunicação verticais e horizontais. Mas há muitos exemplos em que a mídia tradicional, tal como a televisão a cabo, é alimentada pela produção de conteúdo autônoma, a partir da capacidade digital de produzir e distribuir uma grande variedade desse conteúdo (CASTELLS, 2015, p.118).



Dentre os objetos observados, é possível perceber como alguns recursos típicos de outros formatos audiovisuais são incorporados ao fazer jornalístico, sobretudo em algumas escolhas feitas pela produção do Bom Dia Pará, a exemplo do uso das chamadas “video-selfies”, vídeos curtos enviados pelos telespectadores com um enquadramento semelhante ao dos retratos feitos com celular. Esses vídeos são comumente utilizados no programa como uma das formas de envio de perguntas aos entrevistados, para além de e-mails e mensagens de texto.

A oportunidade lançada pela autocomunicação de massa em relação à multiplicidade de narrativas é muito pouco explorada nesses objetos aqui analisados, apesar das ferramentas oferecidas em suas ambiências. Ainda que facilite a publicação de conteúdos de caráter amador, a autocomunicação não altera completamente as relações de poder entre organizações de mídia e seu público. Ela gera, entretanto, alguns conflitos e tensionamentos que conduzem ambas as partes a algumas transformações, por meio das quais seus integrantes são constantemente colocados em cheque.

### **Considerações finais**

O estabelecimento da cultura da convergência, e conseqüentemente de uma cultura participativa, geram diversos desafios para pensar a comunicação e o jornalismo. Novas modalidades, como as narrativas transmídia oferecem oportunidades inovadoras para se inserir nas configurações mais recentes. Entretanto, é preciso considerar não apenas a inovação por inovação, ou apenas o quesito tecnológico ao analisar as dinâmicas de transformação do mercado midiático. Essas mudanças sociais e culturais estão permeadas por interesses mercadológicos bem como pelas transformações nas práticas sociais.

A multiplicidade enquanto recurso pode ser vista como uma interessante forma de desdobrar uma história, mas força mudanças essenciais em dinâmicas pré-estabelecidas, como as questões de autoria e propriedade. No jornalismo, há uma séria questão em torno da credibilidade de versões alternativas feitas por indivíduos que não atuam na área. Para além das questões éticas, abrir espaços para uma multiplicação de versões é também encarado como uma forma de perder o controle sobre as temáticas tratadas de acordo com a linha editorial do veículo.

Significa que há um processo de complementaridade que fazer nascer uma nova realidade midiática, cujos contornos e efeitos irão em última instância ser decididos pelas lutas de poder político e empresarial, à medida que os donos das redes de telecomunicação se posicionam para controlar o acesso e

o tráfego em benefício de seus parceiros comerciais e de seus clientes preferenciais (CASTELLS, 2015, p.118).

Ao pensar a questão das estratégias de interatividade como porta de acesso à multiplicidade, os dados obtidos a partir da coleta já denunciam usos superficiais das ferramentas dessas estratégias por ambos os objetos. O programa televisivo utiliza-se de aplicativos de conversa para que seus telespectadores enviem conteúdos, mas esses se limitam a perguntas para entrevistados, seja em formato de texto ou vídeo. No portal de notícias, o usuário se depara com os espaços para comentários nas matérias e botões para compartilhamento em redes sociais, como Facebook, Twitter e Google+.

O que o G1 Pará e o Bom Dia Pará apresentam em comum é a presença da moderação dos conteúdos que são enviados e publicados. Essa filtragem praticada por veículos de comunicação explicita uma questão fundamental para os debates relacionados à participação e produção de conteúdos do público. A questão das relações de poder. A utilização de ferramentas de interatividade representa mudanças nos fluxos de poder e, portanto, torna-se essencial pensar a discussão proposta também a partir do viés dos embates que se dão em torno dessas relações de poder.

A relação entre veículos de comunicação e seu público está sendo transformada, e há uma grande resistência em relação ao poder de autoria e credibilidade dos indivíduos. Entretanto, o desenvolvimento de estratégias interativas e o surgimento de um novo modelo comunicativo, a autocomunicação, dão pistas das demandas que pressionam algumas mudanças importantes nessa relação. As condições demonstram a forte pressão que ainda é exercida por grandes veículos de comunicação nos principais meios de produção. Mas algumas práticas obrigam as mesmas a oferecer outras formas de participação.

As narrativas transmídia oferecem diversas possibilidades para a estruturação de novos formatos no jornalismo. Muitos de seus recursos são mais facilmente implementados nessa área, pois dialogam com alguns processos já característicos de suas práticas. É o caso, por exemplo, de sua natureza multiplataforma, que já está incorporada nos processos de produção do jornalismo digital. Ou ainda, do conceito de serialidade (JENKINS, 2009b, 2009c), integrante da transmídia, que se relaciona diretamente com a exploração dos desdobramentos de um mesmo acontecimento em diversas notícias, prática que também é inerente ao campo jornalístico.

Os processos interativos, entretanto, já apresentam maior resistência em ser incorporados às práticas jornalísticas. Percebe-se alguma abertura para uma interatividade seletiva, como define Rost (2014), a partir de ferramentas que permitem escolher o percurso

de leitura ou mesmo o compartilhamento de conteúdos dentro de espaços pré-estabelecidos, no caso, as redes sociais determinadas. A interatividade comunicativa (ROST, 2014), entretanto, encontra maior resistência. Seja pensando a imersão nesses conteúdos, permitindo uma maior manipulação do mesmo pelo leitor, ou ainda a possibilidade de uma multiplicidade de versões, considera-se aqui a percepção do mesmo autor de que a interatividade é também uma forma de transferência de poder.

Em sua obra “Cultura da convergência” (2009), Jenkins conclui o livro evidenciando que o grande conflito a ser pensado a partir de um contexto convergente, em que se dá o surgimento das narrativas transmídia, está situado entre as grandes corporações que produzem os conteúdos midiáticos e os usuários que se tornam também produtores. Enquanto avançam as tecnologias que permitem a construção de novas ferramentas interativas e oferecem maiores possibilidades de interferência por parte desses usuários, torna-se fundamental pensar os interesses que permeiam essas relações e que, fundamentalmente, definem os limites e possibilidades dos usos dessas ferramentas em relação ao potencial ofertado pelas mesmas.

### **Referências bibliográficas**

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

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2015.

CASTRO, Mariana; MARTINS, Elaide. A participação do público na construção da narrativa jornalística no Bom Dia Pará. In: ENCONTRO DE ANTROPOLOGIA VISUAL DA AMÉRICA AMAZÔNICA – EAVAAM, 2, 2016, Belém-PA. **Anais...** Universidade Federal do Pará, 25 a 27 out. 2016.

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

\_\_\_\_\_. Revenge of the Origami Unicorn: Seven Core Concepts of Transmedia Storytelling. **Confessions of an Aca-Fan**, 2009b. Acesso em: 30 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. Harry Potter: The Exhibition, or what Location Entertainment Adds to a Transmedia Franchise. **Confessions of an Aca-Fan**, 2009c.

LEMOS, André. Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais. **Tendências XXI**, 2, set. 1997, p.19-29.

MARTINS, Elaide. Telejornalismo na era digital: aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel. **Brazilian Journalism Research**, SBPJor, v. 8, n. 2, p. 97-117, 2012.

\_\_\_\_\_. Narrativa transmídia e novos processos produtivos jornalísticos. In: Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo, 2, 2013, Natal-RN. **Atas...** Natal: UFRN-UNB-Réseau d'Études sur le Journalisme, 2013, p. 40-55.

\_\_\_\_\_. Convergência e Narrativa Transmídia no Jornalismo na Amazônia Brasileira: manifestações no G1 Amapá. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2014, Foz do Iguaçu-PR. **Anais...** Foz do Iguaçu, Unicentro, 1-5 set. 2014a.

\_\_\_\_\_. Convergência e Narrativa Transmídia no jornalismo amazônico brasileiro: manifestações no portal G1 Amapá. IN: SARDINHA, Antônio, SAAR, Cláudia Maria Arantes Assis, MARTINS, Elaide (orgs.). **Convergência midiática e comunicação: cenários, atores e práticas**. Macapá: EDUNIFAP, 2014b.

\_\_\_\_\_. Narrativa transmídia no jornalismo amapaense: percepções e apropriações. In: SARDINHA, Antonio; MARTINS, Elaide (Org.) **Interfaces Midiáticas na Amazônia – pesquisas, saberes e vivências**. Rio de Janeiro: 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, p. 184-203, 2015b.

\_\_\_\_\_. Transmidialidade e anseios da cultura da convergência no G1 Amapá. **Revista Comunicação Midiática**, v, 10, n.3, p.93-104, 2015c.

\_\_\_\_\_; CASTRO, Ana Paulo Gomes, Princípios da narrativa transmídia em produções jornalísticas amazônicas. In: ENCONTRO DE ANTROPOLOGIA VISUAL DA AMÉRICA AMAZÔNICA – EAVAAM, 2, 2016, Belém-PA. **Anais...** Belém, Universidade Federal do Pará, 25 a 27 out. 2016.

\_\_\_\_\_; VINAGRE, Isabelle Fecury Lameira. Entre o portal e o telejornal: aspectos da narrativa transmídia no jornalismo do grupo Record. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, 7, 2016, Campo Grande-MS. **Anais...** Campo Grande, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 5 a 7 out.2016.

MESO, K.; NATANSOHN, G.; PALOMO, B.; QUADROS, C. Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios. In: PALACIOS, Marcos (Org.). **Ferramentas para análise de qualidade no ciberjornalismo** (Volume 1: Modelos). Covilhã: LabCom, 2011.

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

PRIMO, Alex. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. *Revista da Famecos*, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

\_\_\_\_\_. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, Alex (org.) **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. 279 p. 13-34 (Coleção Cibercultura)

RENÓ, Denis; FLORES, Jesús. **Periodismo transmedia**. Madri: Editorial Frágua, 2012.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014

SCOLARI, Carlos A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. In: **International Journal of Communication**, V. 3, 2009.

\_\_\_\_\_. **Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Deusto, 2013.

SOUZA, Maurício D. **Jornalismo e Cultura da Convergência** – a narrativa transmídia na cobertura do caso cablegate nos sites El País e Guardian. Santa Maria-RG: UFSM, 2011, 252 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)