**O CONSUMO COMO OBJETO NOS ESTUDOS EM CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA: UM LEVANTAMENTO DAS ESTRATÉGIAS PRESENTES EM TESES E DISSERTAÇÕES DA CAPES (2012-2018)**

**Felipe Collar Berni[[1]](#footnote-1)**

**RESUMO:** O texto que segue busca contribuir para o debate em relação à convergência jornalística, tencionando os estudos de Henry Jenkins e Ramón Salaverría e suas contribuições para a compreensão das transformações no Jornalismo. Outro movimento busca levantar as teses e dissertações catalogadas pela Capes que privilegiam os sujeitos da audiência nesse contexto, conhecendo as estratégias teórico-metodológicas adotadas, bem como as características de público e veículos investigados.

**Palavras-chave:** convergência; convergência jornalística; consumo; recepção; CAPES.

**INTRODUÇÃO**

A cultura da convergência implica em transformações técnicas e culturais na produção, circulação e no consumo de produtos comunicacionais; compreensão essa defendida por Henry Jenkins (2008). É nesse contexto onde novas mídias e formatos tradicionais se entrelaçam, se complementam e se chocam. Sendo produto da mídia, o Jornalismo, por consequência, vê suas rotinas produtivas e modelos de financiamento serem remodeladas por essa cultura. Por sua vez, a noção de convergência proposta por Jenkins apresenta-se limitada quando trazida para compreender as especificidades do campo jornalístico, uma vez que está, majoritariamente, preocupada em discutir processos participativos no campo de entretenimento. Assim, a compreensão dada por Ramón Salaverría, levando em consideração as particularidades do exercício do Jornalismo, se apresenta conveniente; desta forma, a convergência jornalística pode ser entendida como um processo multidimensional que extrapola a dimensão tecnológica e atravessa a produção, acesso e participação em qualquer momento ou lugar, afetando também os campos empresarial, profissional e editorial (SALAVERRÍA, 2019).

Tendo essa compreensão, a partir dos levantamentos e problematizações de Luz e Bomfim (2019), busca-se visualizar as estratégias teórico-metodológicas adotadas em dissertações e teses publicadas no banco da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), entre os anos de 2012 a 2018, com o intuito de compreender a partir de quais perspectivas são pesquisados o consumo de conteúdos e/ou de plataformas jornalísticas atravessadas pela convergência. Para tal, recorre-se aos filtros por Grande Área de Conhecimento; Área de Conhecimento; e palavras-chave: Ciências Sociais Aplicadas; Comunicação; e “convergência”, “consumo” e “recepção”, respectivamente. Portanto, dois movimentos centrais serão realizados para dar conta das discussões propostas para o artigo: revisão bibliográfica e um levantamento de cunho quanti-quali no Catálogo da Capes.

Assim, busca-se tencionar a noção de convergência proposta por Henry Jenkins (2008) e sua aplicabilidade às especificidades do Jornalismo. Do mesmo modo, debater as contribuições de Ramón Salaverría (2015; 2019) para pensar a convergência jornalística. Além disso, o artigo tem a preocupação de sistematizar as temáticas das pesquisas, os sujeitos/públicos intrínsecos no consumo, além de quais plataformas/veículos jornalísticos e suas especificidades, bem como as referências utilizadas para o debate das noções de “convergência”, “convergência jornalística”, “consumo” e “recepção”.

Esse movimento em debruçar-se na compreensão das estratégias teórico-metodológicas da pesquisa em Jornalismo, soma-se aos esforços de fortalecimento do próprio campo. Ou seja, entender quais vias estão sendo empregadas para as investigações em Jornalismo nos leva a visualizar as apropriações constantes que o campo faz de metodologias, conceitos e teorias originárias de outros saberes, além de provocar a construção de arcabouços oriundos das e para as especificidades jornalísticas. Outra necessidade constante nos estudos jornalísticos diz respeito em debater a recepção dos conteúdos junto às especificidades e particularidades dos públicos. Esse olhar inverte as preocupações das pesquisas em Jornalismo que, majoritariamente, estão focadas em perceber as lógicas e rotinas de produção. Deste modo, pensar o consumo de conteúdos jornalísticos atravessados pela convergência privilegia os sentidos e apropriações feitas pelo receptor/público, ampliando e fortalecendo uma noção de circuito comunicacional, ao passo que a convergência não restrita ao entendimento operacional pode definir transformações de cunho econômico, culturais e sociais, pelo viés processual. Nessa perspectiva, Jenkins entende que:

cada evento tem o potencial de ser absorvido em múltiplas conversas, sendo reenquadrado e ao mesmo tempo reembalado e recirculado, redefinido conforme se transforma em um *meme*, por um lado, ou traduzido em conteúdo a ser difundido, por outro. Tudo isso significa que os estudos da Comunicação precisam estar atentos aos muitos níveis diferentes de Comunicação que possam estar ocorrendo ao mesmo tempo, exigindo ferramentas mais sofisticadas para uma análise cross-media. (2016, p. 216)

Portanto, debater convergência coloca o sujeito/audiência como figura central para pensar o consumo midiático e as formas de intervenção e participação que essa cultura potencializou. Assim, buscaremos compreender o que vem sendo pesquisado nos últimos anos.

**CONVERGÊNCIA SEGUNDO JENKINS E SUA APLICABILIDADE AO JORNALISMO**

Embora presente no debate da mídia desde os anos de 1970, o termo “convergência” ganha destaque e emerge nas discussões acadêmicas com a publicação do livro “Cultura da Convergência” em 2006, escrito por Henry Jenkins. É o entendimento trazido pelo autor que, majoritariamente, norteia as pesquisas e reflexões que trazem as potencialidades dos diferentes formatos de mídia, a partir da conexão, interatividade e participação possibilitadas pelas novas tecnologias. No campo jornalístico não é diferente, como é possível visualizar no Quadro 2 e também, no levantamento de Luz e Bomfim (2019).

A compreensão da convergência como fenômeno cultural é a base da reflexão proposta por Jenkins (2008). Assim, o autor discorda do reducionismo à técnica da aglutinação de funções de um determinado dispositivo - como o caso dos smartphones - e da substituição dos aparelhos que antes desempenhavam funções em separado. Por sua vez, compreende o surgir de uma nova maneira ativa de consumir cultura impulsionada pelas tecnologias e mídias digitais; ou seja, há uma reconfiguração de um circuito midiático capaz de criar uma nova cultura, a partir da ação das audiências comentando, compartilhando, editando, adaptando e ressignificando a cultura da convergência.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. [...] Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (JENKINS, 2008, p. 29).

Isso é consequência, segundo Jenkins, do momento de transição prolongado e profundo pelo qual a mídia passa, uma vez que há tensionamentos entre as novas mídias e aquelas tradicionais, além de embates entre os meios massivos cada vez mais concentrado e uma Comunicação em rede - mais participativa. Portanto, compreender de que maneira o público se encaixa nesta nova dinâmica é fundamental, sendo que o engajamento tornou-se valor central para medir e validar o sucesso. Nesse contexto, a mídia é impulsionada tanto pela convergência, quanto pela conexão e “se a nossa sociedade é mediada, é por causa da convergência e da conexão, porque todos os aspectos das nossas vidas são tocados pela mídia e porque mais e mais de nós temos a capacidade de comunicar nossas ideias por meio de múltiplos canais de mídia” (JENKINS, 2016, p. 216).

Nessa cultura, haveria a existência de um “ambiente de propagabilidade” capaz de formar uma sociedade informada e engajada. Ambiente esse que constituir-se-ia com um maior acesso do público aos meios de produção e circulação cultural, ou seja,

haveria oportunidades para redes de pessoas trabalharem para resolver problemas em conjunto, compartilhando recursos e conhecimentos. O público teria as habilidades e a infraestrutura necessárias para participar significativamente de tais trocas. Existiria uma sensação de que a participação é importante e, portanto, haveria respaldo social para permitir que vozes mais diversas fossem ouvidas. E haveria uma maneira de transformar voz em influência sobre as decisões fundamentais que tenham impacto no cotidiano das pessoas (JENKINS, 2016, p. 217).

Desta forma, Jenkins visualiza ali características de uma sociedade democrática e reconhece que não necessariamente as novas tecnologias de mídia são democratizantes, ao contrário, é necessário enxergá-las “como instrumentos por meio dos quais podemos lutar para alcançar mais plenamente as potencialidades de uma sociedade mais diversificada e democrática” (2016, p. 218). Nesse sentido, entende-se que as novas mídias são capazes de comunicar e compartilhar rapidamente as demandas sociais, gendas essas que emergem de baixo para cima e são capazes de modificar a “Grande Mídia”.

Na leitura acima, foi possível compreender os pontos centrais do conceito de convergência formulado por Henry Jenkins. A utilização demasiada e pouco crítica do conceito de Jenkins provoca a reflexão trazida por Marcelo Garson (2019), ao problematizar pontos cruciais sobre democratização do acesso e formas de participação que são ignorados nos estudos de convergência, uma vez que “o termo traduz uma série de utopias caras às mídias digitais, ao mesmo tempo que legitima as assimetrias de poder entre produtores e consumidores de cultura, uma dimensão especialmente evidente na obra de Jenkins” (GARSON, 2019, p. 58).

Por essência, o termo “convergência” não surge nos estudos de Jenkins, uma vez que já nos anos 1970, Nicholas Negroponte foi vanguardista ao adotar a noção para as mídias digitais. Sua compreensão surge na tradução da inserção, ainda que tímida, entre a comunicação audiovisual, impressa e informática e que tornaria já na virada do século uma tendência. Garson (2019) tenciona a convergência por conta da incorporação das empresas e linguagens e da impossibilidade de lidar com as especificidades em separado, considerando também sua ligação com desregulamentação da mídia nos Estados Unidos e nos países europeus entre 1980 e 1990. Desta maneira, chama a atenção para as implicações que a ideia de convergência traz consigo: “fica clara a função ideológica de um termo que não somente descreveu, mas legitimou o processo de crescimento dos grandes conglomerados de informação” (GARSON, 2019, p. 59).

A postura pouco crítica de Jenkins para com as transformações tecnológicas, que por sinal é bem aceita nos estudos jornalísticos, é o que Marcelo Garson questiona e taxa de categoria do senso comum. A compreensão de Henry Jenkins se encontra na coexistência entre novas e velhas mídias, por consequência, que os meios de comunicação não deixariam de existir. O que muda são as tecnologias de distribuição. Por sua vez, Garson rechaça essa visão e busca no entendimento de remediação alicerce para compreender essa relação entre velhas e novas mídias: “remediar é, ao mesmo, incorporar e desafiar. A relação é tanto de conservação quanto de ruptura” (2019, p. 60). Comungado com a compreensão de Marshall Mcluhan de que a mensagem de um determinado meio é sempre outro meio, entende que:

que toda mídia tem por função remediar, ou seja, apropriar-se das técnicas, formas e significação cultural dos meios já existentes. O intuito é imitá-los, incorporá-los ou desafiá-los. Isso fica claro nas mídias digitais. Sendo uma versão reformulada do telefone, o smartphone, por exemplo, remedia o telefone. (GARSON, 2019, p. 60)

Assim, o que precisa ser percebido com a convergência é sua capacidade de reconfiguração de sentidos e experiências, e não apenas cair no reducionismo de agregação de funções.

Outro fator presente na compreensão de Henry Jenkins diz respeito a uma nova forma de consumo cultural, impactada pela Web 2.0. É justamente nesse entendimento que se tem armadilhas para o apoderamento do conceito de convergência de Jenkins (2008) às especificidades jornalísticas, uma vez que o autor está preocupado em compreender as relações e manifestações dos fãs daquele determinado produto.

O objeto do estudo de Jenkins são os fãs, que através da internet comentam, opinam, produzem legendas, traduções, paródias e roteiros inéditos (*fan fictions*) a partir das séries, livros e filmes que consomem. Produto da recepção ativa em fóruns e comunidades virtuais, essas práticas evidenciariam, para o autor, como a cultura participativa e a inteligência coletiva ressignificam produtos culturais. Cultura da convergência é um apanhado de estudos de caso dedicado a comprovar essa tese. (GARSON, 2019, p. 63).

Portanto, seria esse modelo ativo de consumo, resultado da convergência, responsável pela reconfiguração de todo o circuito de cultural e capaz de traduzir a emergência das narrativas transmídias.

Uma das matrizes teóricas de Jenkins são os Estudos Culturais, na qual compreende o consumo como um processo de trocas, lutas e ressignificações, não uma pura absorção passiva dos símbolos culturais; portanto, um duplo movimento de subordinação e resistência do público à cultura dominante. Na contemporaneidade, paira um sentimento de autonomia do público que acarreta numa demasiada valorização da noção de resistência nesse processo, perspectiva presente nos estudos de Jenkins. Essas relações de resistência fariam a audiência capaz de produzir novos textos midiáticos, subvertendo as intenções originais de seus produtores, ou seja, o consumo não seria uma forma de reprodução – ideológica –, mas sim de produção. Outra base presente em Jenkins (2008) é a cibercultura, na compreensão das potencialidades da internet na produção coletiva de conteúdos, visualizando e crendo em uma comunicação descentralizada, quebrando hierarquias e remodelando a concepção entre emissor e receptor. Uma das características desse ambiente é o termo cunhado por Pierre Lévy “inteligência coletiva”, uma nova ecologia cognitiva conectada em rede, onde o conhecimento é rizomático, ou seja, “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em mobilização efetiva das competências” (LÉVY, 1994, p. 28), um conhecimento livre dos monopólios dos Estados e dos grandes conglomerados de mídia, capaz de circular livremente, desestruturando as hierarquias vigentes. Uma expectativa que não se concretizou totalmente.

A postura acrítica de Henry Jenkins para com o ciberespaço o leva a desconsiderar as relações de poder que moldam e hierarquiza aquele ambiente, além de fomentar a crença nas possibilidades democráticas de circulação e de conhecimento no ciberespaço. Portanto, ao utilizar os estudos de Jenkins para debater convergência, reconhecendo as possíveis entradas que o autor traz para as discussões, cabe ao pesquisador expor as ressalvas e limitações para se pensar essa cultura, ao passo que não caia num reducionismo ingênuo e limitado para a grandiosidade no debate sobre convergência.

**CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA POR SALAVERRÍA**

O debate sobre convergência não surgiu com os estudos de Jenkins, tão pouco permaneceu focada com os objetos de estudos interessados ao autor. Ramón Salaverría (2015; 2019) executa um movimento de tencionar a noção sobre convergência a partir das especialidades do exercício jornalístico. Em suma, a compreensão de convergência jornalística é atravessada pelo processo de integração de meios de comunicação tradicionalmente separados e que afetem concomitantemente as empresas, os profissionais e o público em todas as fases de produção, distribuição e consumo de conteúdos. O contexto que provoca esse entendimento é a materialidade dessa discussão.

Os meios de comunicação vivem duas crises em uma, o que acarreta transformações evidentes no modo de produzir jornalismo, segundo Salaverría. Nesse sentido, a primeira crise é econômica e traz consequências no poder aquisitivo dos cidadãos, “Ao mesmo tempo, a deterioração de todos os setores econômicos fechou a torneira do investimento publicitário, dobrando a redução nas contas de ingresso das empresas jornalísticas” (SALAVERRÍA, 2015, p. 80). Por sua vez, a segunda tem relação com as transformações tecnológicas sofridas pela indústria da comunicação desde os anos de 1990. “Trata-se de uma verdadeira reconversão industrial [...] as empresas jornalísticas estão sendo obrigadas a evoluir a partir de um modelo analógico, fortemente condicionado pelo suporte de distribuição, para o digital, onde as regras do jogo e a escala de valores mudaram por completo” (SALAVERRÍA, 2015, p. 80-81).

A partir desta perspectiva, Ramón Salaverría (2015) destaca algumas rupturas que remodelam o negócio tradicional da mídia: 1) Ruptura de fronteiras, o digital internacionalizou o mercado de comunicação, o que acarreta na perda de vantagens competitivas vinculadas à territorialidade; 2) Ruptura de barreiras, assim ficou mais fácil o acesso ao mercado, multiplicou a competição entre as empresas jornalísticas; 3) Ruptura do ciclo editorial, os suportes de difusão tem se multiplicado, com isso, há o aumento da complexidade na hora de produzir informação adaptada para esses dispositivos; 4) Ruptura do monopólio da palavra cada vez mais valorizada uma interlocução com a audiência; 5) Ruptura do modelo de negócio, “todas as rupturas anteriores resultaram em uma enorme dificuldade para sustentar modelos de negócios baseados na venda de conteúdo” (SALAVERRÍA, 2015, p. 81).

É no contexto da tecnologia onde as práticas de convergência no jornalismo atingem uma maior influência. Nesse sentido, o jornalismo digital tem sua gênese na década de 1990. Após 25 anos do surgimento das primeiras manifestações jornalísticas nos meios digitais, Salaverría (2019) se debruça em uma revisão histórico-teórico-metodológico para compreender “o que é jornalismo digital?”. A própria designação dessa modalidade jornalística carece de consenso, são vastas as expressões encontradas em estudos que buscam compreender esse contexto: jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo online, jornalismo multimídia, entre outros. Isso posto, Salaverría explicita o porquê da escolha da denominação “jornalismo digital” para seus estudos.

La expresión ‘periodismo digital’ es más amplia: designa todo aquel periodismo que se practica con tecnologías digitales. La diferencia es sutil, pero relevante. Lato sensu, la expresión ‘periodismo digital’ ampara todas las formas de periodismo que recurren a recursos digitales; comprende, por tanto, no sólo los medios de internet y las redes móviles sino también, por ejemplo, la televisión digital y la radio digital (SALAVERRÍA, 2019, p. 03).

Por sua vez, o termo ciberjornalismo reduz a abrangência dessa modalidade jornalística, uma vez que traduz o jornalismo praticado exclusivamente no ciberespaço.

Tendo essa compreensão, Salaverría visualiza a amplitude de investigar mídias digitais, “podría describirse más bien como una selva, que crece con rapidez” (2019, p. 05); na comparação entre o número de mídias digitais, onde se projetava o número de quatro mil em todo o mundo no início dos anos 2000, já em 2018, realizando uma pesquisa na Espanha, mapeou mais de três mil apenas em território espanhol. Isso ajuda a compreender o panorama da vastidão da diversidade de formatos e manifestação de mídia no ambiente virtual.

Nessa perspectiva, Ramón Salaverría chama atenção para o desenvolvimento dessas plataformas, a transição e entrelaçamento entre experiências e formas de produzir e veicular, na compreensão de que o novo é influenciado por conteúdos de outros meios. Porém, não deixa de reconhecer os choques e embates significativos para a transformação do exercício jornalístico no ambiente digital, “una de las más disruptivas para el periodismo ha sido, sin duda, el éxito de los contenidos elaborados y diseminados por los propios usuarios” (SALAVERRÍA, 2019, p. 06). O surgimento dos blogs pode ter sido a provocação para a incorporação das vozes dos cidadãos aos meios de comunicação, a partir de uma comunicação simples e gratuita foi possível reverberar múltiplas opiniões nesse ambiente. Fato esse gerou uma divisão que influenciou e ainda influencia muito o debate público: de um lado o jornalista, do outro os conteúdos publicados pelos cidadãos, o “jornalismo cidadão”.

En efecto, pronto se comprobó que, como había ocurrido en el pasado con otras innovaciones tecnológicas, los medios asimilaron gradualmente esas novedades en sus rutinas profesionales cotidianas. Los medios digitales fueron incorporando blogs, abrieron espacios para los comentarios de sus lectores y, en general, multiplicaron las formas de participación y contribución informativa por parte de la audiencia (SALAVERRÍA, 2019, p. 06).

Por sua vez, essa prática deixou marcas e características que não causaram uma substituição imediata da mídia, mas transformaram as rotinas produtivas. A compreensão do público como receptores passivos, é substituída pela compreensão da capacidade do sujeito de ser interlocutor nesse processo. Materializa-se aí a ideia do “jornalismo participativo/colaborativo”, influenciado de forma contundente pelas transformações tecnológicas e pela interatividade fomentada pelas redes sociais digitais.

Outra característica é a da personalização de conteúdos, embora ao passar do tempo esse formato de consumo perdeu espaço visto com os limites impostos pelas instituições de comunicação, porém, “en efecto, a diferencia de la prensa, la radio y la televisión, desde sus inicios los medios de internet mostraron una cualidad desconocida: al tiempo que permitían una máxima personalización de los contenidos, facilitaban la transmisión de sus contenidos a audiencias globales (2019, p. 07). De forma recente, Ramón Salaverría chama atenção para a relação das redes sociais com as tecnologias de inteligência artificial, materializada, também, na atuação dos algoritmos, cada vez mais capazes de atribuir conteúdos mais condizentes com os interesses e preferências do usuário, fato que reformula a ideia de personalização, provocando desafios de natureza profissional e ética para o jornalismo. Nesse sentido, Raquel Dornelas (2018) chama atenção para as lógicas no funcionamento dos algoritmos, que por essência, não são transparentes.

As redes sociais e os aplicativos para dispositivos móveis são propriedades de empresas privadas que objetivam o lucro e não têm a obrigação de disponibilizar seu código publicamente. O segredo tecnológico de cada companhia garante o diferencial competitivo, a particularidade dos serviços prestados e, portanto, sua sustentabilidade no mercado (2018, p. 86).

 Dornelas também adverte em relação a formação de bolhas informacionais, o que acarreta na potencialização da distância entre pensamentos e informações que furam os nichos cada vez mais homogêneos na Internet, aumentando a distância entre os que pensam diferentes de nós. Assim, a formação desses grupos onde apenas alguns tipos de notícias chegam, criam uma falsa percepção de esfera e opinião pública.

Sobre a linguagem do jornalismo digital, Salaverría (2019) entende que embora influenciada pelas formas narrativas de outros meios, esta ganha características próprias: hipertextualidade, multimídia e interatividade.

La posibilidad de interconectar los textos, entendidos en sentido amplio como unidades de información en cualquier formato, se ha considerado uno de los fundamentos esenciales del lenguaje ciberperiodístico. Frente a la información estanca propia de la prensa, la radio y la televisión, medios que no permiten al usuario ampliar esa información a voluntad, los medios digitales, por el contrario, gracias a los enlaces hipertextuales, han familiarizado a los usuarios con un acceso activo a las noticias. Estas ya no sólo se leen —o se escuchan, o se ven—, sino que también se “navegan”. Frente a la lectura lineal de antaño, se ha extendido la consulta no lineal. (SALAVERRÍA, 2019, p. 08).

A multimídia no ambiente virtual foi mais avançada e bem trabalhada do que o hipertexto, segundo Salaverría (2019). As narrativas transmídias com a possibilidade de produzir e consumir conteúdo de maneira complementar por intermédio de diferentes canais, “se trata, por tanto, de una síntesis de los conceptos de multimedia, convergencia y participación, que tiene como resultado expresiones culturales perfectamente adaptadas a la cultura del mestizaje y de la remezcla que triunfa en la Red” (SALAVERRÍA, 2019, p. 09). A interatividade possibilitou, portanto uma maior participação das audiências no exercício jornalístico.

Tendo esse contexto, as pesquisas sobre tecnologia no jornalismo possuem duas frentes de pesquisa: sobre produção jornalística e consumo de notícias. Os estudos voltados a produção buscam compreender a maneira como as tecnologias digitais reformularam as rotinas produtivas dos jornalistas. Há alguns atravessamentos nesse processo, um envolvendo a precarização do exercício jornalístico - e com isso a preocupação com a qualidade das notícias -, outro envolvendo novas possibilidades de cobertura. Por sua vez, os estudos preocupados com o consumo do público tem se debruçado nas peculiaridades e oportunidades dos dispositivos.

Nesse percurso histórico de pesquisas sobre o jornalismo digital, Ramón Salaverría (2019) elenca alguns desafios pendentes para investigação:

1) avanzar en una investigación ‘nativa digital’, entendiendo por tal aquella que trasciende la investigación comparada con otras plataformas y se centra en estudiar exclusivamente los medios digitales; 2) emplear tecnologías avanzadas de investigación; 3) apostar por una investigación orientada a la innovación; 4) reforzar el análisis de fenómenos más allá de la simple descripción de casos; 5) abrir la investigación hacia temas y áreas paco atendidos (SALAVERRÍA, 2019, p. 08).

Por fim, a partir das características do jornalismo digital, Salaverría (2015; 2019) compreende a convergência jornalística como um processo multidimensional que afetou as organizações de mídia a partir da tecnologia e reformulando a forma de fazer jornalismo, haja vista a integração de novas ferramentas, métodos produtivos e novas linguagens.

**O CONSUMO COMO OBJETO DE INVESTIGAÇÃO**

As especificidades da convergência jornalística em pesquisas foram objetos da revisão realizada por André Luz e Ivan Bomfim (2019), quando preocupados em compreender as estratégias teórico-metodológicas utilizadas em dissertações e teses disponíveis no banco de publicação da Capes, tendo como espaço-temporal os anos de 2012 a 2017. Um dos fatores que chamou a atenção foi o predomínio das perspectivas teóricas do *newsmaking*, tecnologia e cibercultura; por sua vez, os métodos se concentram nas análises de discurso e conteúdo. Nessa perspectiva, Luz e Bomfim chamam a atenção:

A pouca diversidade de métodos pode apontar uma possível demanda ou até mesmo a dificuldade da busca em delimitar fenômenos jornalísticos devido ao rápido movimento de atualizações, o que se dispõe como elemento marcante no conhecimento acadêmico acerca do universo da cibercultura. (2019, p. 354)

As temáticas das pesquisas possuem o rádio, a televisão e a internet como majoritária, tendo a construção noticiosa e as dinâmicas profissionais como objetos.

Por sua vez, a preocupação deste artigo vai de encontro em perceber as estratégias articuladas para compreender a relação do consumo nesse contexto de convergência. Assim, estamos reconhecendo-os como sujeitos capazes de reapropriarem e negociarem os sentidos veiculados pelos meios de comunicação. Daí uma entrada para a pesquisa em jornalismo: estabelecer uma interface com aos Estudos Culturais, para assim, perceber e analisar os conflitos, as negociações e os consensos que estão em constante tensão na esfera social. Isto posto, é possível ampliar a partir das mediações culturais a “compreensão dos processos comunicacionais, considerando suas multidimensionalidades constitutivas, suas complexidades e contradições” (BONIN, 2018, p. 60). Nesse sentido, é importante reconhecer o consumo como uma das etapas do circuito comunicacional, relacionando, ao mesmo tempo, com a produção e circulação de conteúdos. Antonio Fausto Neto (2010) provoca quanto à necessidade de refletirmos, dentro do contexto de convergência, o papel do receptor, uma vez que a recepção existe e age - além de perceber um fator que sustenta a relação produtor-receptor que é a circulação, propiciando novas interações entre esses elementos. “Trata-se da ordem interdiscursiva onde a circulação - como “terceiro” - se oferece como um novo lugar de produção, funcionamento e regulação de sentidos” (FAUSTO NETO, 2010, p. 60).

Para tal, foram filtrados no banco da Capes os trabalhos pela área da Comunicação a partir das [[2]](#footnote-2), na sequência um garimpo foi feito, haja vista a necessidade de analisar somente as pesquisas que tinham como esforço compreender o jornalismo nesse contexto. Assim, temos no total 10 pesquisas, sendo nove dissertações e uma tese. Desses, cinco foram defendidas na Universidade Federal da Paraíba, a metade. Por estarem lidando com seres humanos, um terço das pesquisas não tiveram autorização para divulgação, o que limita o poder de análise dos trabalhos.

Das características das pesquisas temos o telejornalismo como o meio no qual o maior volume de investigações estão focados, com quatro dissertações no total. Na sequência, webjornalismo com três dissertações; rádio com uma dissertação; e jornal impresso sendo objeto da única tese catalogada. A noção de jornalismo colaborativo foi a base do estudo de uma dissertação.

**Quadro 1 - Estratégias teóricas-metodológicas (quantia)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Meios de comunicação** | **Linha teórica** | **Metodologias**  |
| Televisão  | Estudo de recepção (1)Acessibilidade (1)Midiatização (1)*Newsmaking* (2)Identidade (1) | Observação participante (2)Pesquisa bibliográfica (2)Estudo de recepção (1)Coleta de dado (1)Estudo de caso (1)Entrevista (2) |
| Internet  | Estudo de recepção (2)Acessibilidade (1)*Newsmaking* (1) | Observação participante (1)Pesquisa bibliográfica (3)Grupo focal (1) |
| Rádio | Interatividade (1)*Newsmaking* (1) | Pesquisa bibliográfica (1)Entrevista (1) |
| Impresso | *Newsmaking* (1) | Observação participante (1)Análise de conteúdo (1)Entrevistas (1) |

Fonte: Autor (2020)

Fonte: O autor (2020).

O quadro acima traduz as opções escolhidas para o desenvolvimento da pesquisa, considerando os meios de comunicação estudados. É de se pontuar que num único trabalho são adotadas mais de uma estratégia. Assim, o que se nota são os tradicionais métodos e técnicas de coleta de dados quando trabalhados com sujeito, como as entrevistas e observações participantes. Chama atenção a articulação das pesquisas bibliográficas, sendo elas necessárias para a maioria dos trabalhos.

Outra preocupação em apurar esse levantamento foi a relação de públicos e veículos. O que se vê é o fator da proximidade como elemento para definição dos veículos e plataformas ora investigados. Não há nenhuma pesquisa voltada à investigação de veículos de abrangência nacional, todas, por sua vez trazem o jornalismo local e regional como preocupação, como por exemplo, as TVs Cabo Branco e Paraíba, ambas emissoras afiliadas da Rede Globo no estado da Paraíba e o Jornal Zero Hora, do Rio Grande do Sul. Os perfis dos públicos também apresentam certo padrão entre as pesquisas: de lado um público genérico e outros com especificidades afloradas. São sujeitos investigados usuários de redes sociais, telespectadores e leitores. Por sua vez, as particularidades de idosos, cegos, jovens trabalhadores e estudantes também se materializam.

Por sua vez, o Quadro 2 busca sistematizar, a partir do levantamento de referências, as bases teóricas mais utilizadas nos trabalhos pertinentes às discussões sobre jornalismo, convergência, consumo/recepção. Assim, vemos destaque para os trabalhos de Salaverría, Jenkins, Canavilhas, Palácios, Suzana Barbosa e Martín-Barbero como referências teóricas para suas categorias de discussão.

**Quadro 2 - Articulação de referências para a construção da base teórica (quantia)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jornalismo** | **Convergência** | **Consumo/recepção** |
| João Canavilhas (4)Marcos Palácios (3)Suzana Barbosa (3)Luciana Mielniczuk (2)Nelson Traquina (2)Miguel Alsina (2)Mauro Wolf (2)Raquel Longhi (1)Ciro Marcondes Filho (1)Elias Machado (1)Ana Maria Brambilla (1)Ana Carmen Foschini (1)Fernando Firmino (1)Luiz Artur Ferraretto (1)Mariano Herreros (1)Neila Del Bianco (1)Debora Cristina Lopez (1)Gaye Tuchman (1) | Ramón Salaverría (5)Henry Jenkins (4)Marcos Palácios (3)Luciana Mielniczuk (2)Manuel Castells (2)Fernando Firmino (1)Antonio Fausto Neto (1)Pierre Lévy (1) | Jesús Martín-Barbero (3)Antonio Fausto Neto (2)Eliseo Verón (2)Muniz Sodré (2)Henry Jenkins (1)Alex Primo (1)Kurt Schaeffer (1)Luiz Artur Ferraretto (1)Marcus Vinícius Minuzzi (1) |

Fonte: Autor (2020)

 Uma das leituras que se pode fazer é a consolidação de referências “universais” para as discussões, da mesma forma, que surge a necessidade de trazer autores específicos para dar sustentação aos debates particulares de cada objeto, como o caso de Raquel Longhi, Pierre Lévy e Alex Primo.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A cultura da convergência remodelou a forma de pensar e exercitar o jornalismo, nesse sentido, uma das características desse novo ambiente são os conteúdos multimídia e a exploração de novas fórmulas hipertextuais e interativas. Conteúdos não resultantes de uma simples integração entre redações e modelos produtivos distintos, mas da articulação das redações com a finalidade de produzirem conteúdos que tirem o melhor proveito das linguagens e códigos específicos das informações em rede, atravessadas pela cultura participativa. Essa é uma das características que Salaverría (2015; 2019) pontua em relação aos impactos da convergência para o jornalismo: a compreensão de que não se pode operar os meios de comunicação do século XXI com as rotinas produtivas do século passado.

La combinación de todos estos ingredientes ha dado lugar a formas cada vez más elaboradas de presentar los contenidos ciberperiodísticos. Si en los primeros años los medios digitales apenas dejaban espacio para otra cosa que no fueran noticias simples y ciertos géneros periodísticos clásicos —entrevistas, reportajes, crónicas, columnas—, con el paso del tiempo han explorado formas mucho más ricas e innovadoras de presentar los contenidos informativos (2019, p. 09).

Nesse sentido, partes das pesquisas buscaram retratar e compreender formas de adaptação dos meios de comunicação tradicionais, como a TV, o rádio e o jornal impresso às novas formas de interatividade e participação proporcionadas pelas transformações tecnológicas. Da mesma forma, investigaram como a audiência vem se comportando nessa nova dinâmica comunicacional. Nesse sentido, o que se vê são aspectos de renovação no qual os jornalistas devem incorporar, “a necessidade de rejuvenescer a mentalidade para o uso de forma criativa das novas tecnologias, [...]o tratamento da informação, sabendo lidar com a abundância da informação: selecionando, hierarquizando e interpretando” (SALAVERRÍA, 2015, p. 82).

Em suma, quando olhamos para o baixo número de investigações presentes do banco da Capes, que privilegiam o consumo da audiência no contexto da convergência, vemos que a pesquisa em convergência jornalística ainda busca compreender os efeitos dessa cultura na produção da notícia e a forma pelo qual os meios de comunicação se remodelam frente a essa realidade imposta. Portanto, o que temos são estudos que dão pistas para a compreensão dos efeitos da convergência na recepção, ao mesmo tempo em que buscam somar na compreensão sobre os efeitos da tecnologia nas rotinas de produção.

**REFERÊNCIAS**

BONIN, Jiani Adriana. Processos e percursos de construção de pesquisas em recepção: algumas reflexões epistêmico-metodológicas. **CONEXÃO: COMUNICAÇÃO E CULTURA**, Dossiê, p. 47-65, 2018.

DORNELAS, Raquel. Um jornalismo para chamar de meu? Algoritmos e o fenômeno da customização de notícias. **Parágrafo**. São Paulo, v. 6, n. 1, jan./abr. 2018, p. 83-93.

FAUSTO NETO, Antonio. As bordas da circulação.... **ALCEU**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, v. 10 n. 20, p. 55-69, jan-jun, 2010.

GARSON, Marcelo. O conceito de convergência e suas armadilhas. **Galáxia**. São Paulo: PUCSP, n. 40, jan-abr., 2019, p. 57-70.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo. Edições Loyola, 1998.

LUZ, André Luiz Lucas da; BOMFIM, Ivan. Convergência Jornalística: Uma revisão de métodos das Dissertações e Teses do banco da Capes (2012-2017). **Revista Observatório**, v. 5, n. 4, p. 335-358, 1 jul. 2019.

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

\_\_\_\_\_\_. ‘Convergência e conexão são o que impulsiona a mídia agora’. **Intercom (RBCC)**, São Paulo: Intercom, v.39, n.1, p.213-219, jan./abr. 2016.

SALAVERRÍA, Ramón. “Mídia e Jornalistas, um futuro em comum?” **Parágrafo.** São Paulo: FIAM-FAAM, v.1, n.3, p.79-82, jan./jun. 2015.

\_\_\_\_\_\_. Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. **Revista El Professional de la Información**. Vol 28, n.1, 2019.

1. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisa em Mídias Digitais (GEMIDI-UEPG/CNPq). E-mail: felipecollar@gmail.com [↑](#footnote-ref-1)
2. Os dados obtidos no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes e analisados nesse artigo, foram acessados no dia 29 de janeiro de 2020. [↑](#footnote-ref-2)