

A produção multiplataforma na televisão: estudo de caso dos telejornais Bom dia Brasil e Jornal Nacional em fluxo televisivo, no Globoplay e no Portal G1¹

Monielly Barbosa do CARMO²

Carlos Henrique Sabino CALDAS³

Universidade do Estado de Minas Gerais, Frutal, MG

RESUMO

O presente artigo busca apreender as mudanças nas relações de comunicação e formas de produção e consumo televisivo, pautados pelos conteúdos em multiplataforma, possibilitados pelas tecnologias digitais das mídias contemporâneas. São descritas as estratégias de produção e circulação utilizadas pela Rede Globo para disponibilizar seus conteúdos em multiplataforma. O *corpus* da análise foi construído a partir da gravação na íntegra de um dia de exibição dos telejornais Bom dia Brasil e Jornal Nacional nas plataformas da TV ao vivo, no Globoplay e nos sites dos telejornais do portal G1.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; convergência midiática; Globoplay; Rede Globo; televisão.

A TELEVISÃO EM CONVERGÊNCIA

As tecnologias digitais, especialmente a internet, vêm proporcionando uma reconfiguração no contexto da produção, fruição e distribuição de conteúdos audiovisuais. As possibilidades de acesso a esses conteúdos extrapolam as telas do suporte televisivo, pois agora os displays são móveis e projetados para promover a participação do enunciário por meio de ferramentas de interatividade. Esse panorama reflete o contexto denominado por Henry Jenkins (2008) de cultura da convergência. Trata-se de um momento de ajustamento em que as mídias novas e tradicionais se colidem, em que a comunicação alternativa e a comunicação corporativa passam a ter mais presença na cena midiática, na qual o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem. Segundo o autor:

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Jornalista, graduanda do Curso de Publicidade e Propaganda da UEMG, bolsista de iniciação científica PAPq/UEMG e-mail: monielly-bc@hotmail.com.

³ Publicitário, doutorando do curso de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp, é docente do Departamento de Linguística, Letras, Comunicação e Artes - Curso de Publicidade e Propaganda pela UEMG. É membro do Grupo de Estudos Audiovisuais – GEA, e-mail: carlos.caldas.@uemg.br.

[...] a convergência ressurgiu como um importante ponto de referência, à medida que velhas e novas empresas tentam imaginar o futuro da indústria do entretenimento. Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas (JENKINS, 2008, p. 30-31).

Nesse cenário de convergência midiática e interconexão entre sistemas e aparatos tecnológicos, a produção de conteúdos audiovisuais, tanto no sistema *Broadcast*, *Broadband* ou *Hybrid Broadcast Broadband TV*, em seus variados meios/suportes e gêneros/formatos, passa por uma fase de experimentações e descobertas. Diante desta profusão hipermediática, em que imagens e sons habitam no ciberespaço, os conteúdos fílmicos, televisivos, publicitários e jornalísticos, por exemplo, transcendem numa espécie de onipresença nômade no online, sobrepondo a lógica do analógico em prol de uma circulação ubíqua, persuasiva e interativa. Não se busca apenas um lugar para arquivos de áudio e vídeo, já que eles estão em todos os possíveis dispositivos sincronizados e adaptados em suas formas expressivas na lógica dos algoritmos, mas busca-se também saber como esses conteúdos circulam e são consumidos em uma cultura midiaticizada.

Médola e Silva (2015) apontam que “a televisão brasileira consolidou-se como principal fonte de informação e entretenimento da população”, pois, segundo as autoras, “desde suas primeiras décadas”, a televisão teve como “característica preponderante a capacidade de mobilizar audiências expressivas, constituindo-se em uma atividade social e coletiva” (p. 149), entretanto Médola (2006) acredita que vivemos em um momento de convergência midiática, uma fase de transição, na qual o “processo de comunicação televisual que conhecemos passa por mudanças significativas quando inserido nos sistemas totalmente digitalizados”, como transmissão em TV aberta, a cabo e internet, por exemplo, “de modo que a migração da televisão analógica para a digital pode inaugurar, em última instância, um processo de constituição de uma nova mídia, baseada em outras possibilidades de interação entre enunciador e enunciatário”. Segundo a autora, é necessária, nessa nova ecologia midiática, uma investigação para a “compreensão da enunciação nessa nova situação de comunicação” (p. 2).

Discorrendo sobre essa problemática da convergência entre meios, Médola (2006) atenta para a possibilidade de alocar diferentes mídias em um mesmo suporte. Insere essa problemática sob o viés da hibridização dos meios, pois trata, segundo ela,

“de um patamar diferente do tipo de articulação entre as linguagens, produzindo uma diluição das estruturas características de um determinado meio”. A autora acrescenta que ao colocar, por exemplo, o jornal, os quadrinhos, o rádio, o cinema, a televisão e a internet “juntos no mesmo suporte e em relação, não enquanto mídias propriamente, mas referências às linguagens dessas mídias”, há a possibilidade tanto de criação de novas estruturas de comunicação, quanto de introdução efetiva do acesso do enunciatário, “construindo o efeito de sentido de efetiva interatividade no processo enunciativo” (p. 4). Médola finaliza seu argumento definindo que

[...] a interação entre sujeitos e objetos é uma questão de fundo para a semiótica. Nos dispositivos analógicos de comunicação, do livro aos meios eletrônicos, a interatividade sempre esteve contida na complexidade da enunciação de forma virtualizante, sendo atualizada na fruição do enunciatário. Isso se mantém também nas mídias digitais, mas as possibilidades de explicitação de opções a serem tomadas conferem um caráter novo à questão da interatividade. Não há dúvida de que mecanismos dessa natureza possibilitam uma certa ampliação do fazer enunciativo, e isso parece ser o suficiente para construir o simulacro de uma revolução nas condições de interferência concreta, do enunciatário no enunciado (MÉDOLA, 2006, p. 4).

Com o desenvolvimento de um ambiente interconectado, as relações comunicacionais têm demonstrado novas formas de comportamento e interação, nas quais as pessoas vivem várias horas do dia em interação na rede, por meio de aplicativos, redes sociais, vídeos, músicas, *games*, entre as mais variadas possibilidades de consumo de informação, de modo que o ciberespaço se torna, às vezes, mais habitado do que o espaço físico. Assim, o desenvolvimento computacional conduziu para a produção de conteúdos audiovisuais o desafio de migração e desenvolvimento de seus conteúdos na interface da web, combinando sons, imagens e textos na lógica da programação, da navegação e do banco de dados (LEÃO, 2005). Nesse sentido, nossa premissa é de que os processos de comunicação têm vivido uma era de mudanças significativas, em que as possibilidades discursivas instauram um desenvolvimento de novos formatos e gêneros, alicerçados nos atuais dispositivos e recursos de interação. Dentro desse universo, as emissoras de televisão se encontram em um momento de desafios e dificuldades, já que o paradigma do consumo de massa tem se fragmentado em um consumo de nicho. Temos, por exemplo, uma nova geração de jovens e adolescentes que consomem conteúdo audiovisual fora do fluxo televisivo, além de preferirem series e filmes no modelo narrativo norte-americano.

Nesse cenário de convergência midiática, este trabalho busca apreender as mudanças nas relações de comunicação e nas formas de consumo televisivo, pautados pelos conteúdos televisivos multiplataforma, possibilitados pelas tecnologias digitais das mídias contemporâneas. Ao entender que há uma alteração no modo de consumir e produzir, no que diz respeito à comunicação televisual em plena era da convergência midiática, observa-se que a fruição fora do fluxo televisivo passa a ser utilizada cada vez mais como forma de consumo audiovisual na contemporaneidade, porém demonstra-se a busca pela produção convergente. A pesquisa examina quais são as estratégias que a Rede Globo de Televisão utiliza para disponibilizar seus conteúdos televisivos em multiplataforma. O *corpus* da análise foi construído a partir da gravação na íntegra de um dia de exibição dos telejornais Bom Dia Brasil e Jornal Nacional, nas plataformas da TV ao vivo, no Globoplay e nos sites dos telejornais do Portal G1. A escolha desses dois telejornais foi feita levando em consideração a grande audiência que eles possuem. Entendemos que, após essa primeira pesquisa, que faz parte do projeto de iniciação científica, que busca examinar as práticas de consumo televisivo em plataforma OTT (over-the-top) a partir do estudo de caso do aplicativo Globoplay para Smart TV e Mobiles, poderemos aumentar nosso corpus para outros formatos e gêneros televisivos que a Rede Globo produz e circula em suas múltiplas plataformas.

A REDE GLOBO DE TELEVISÃO EM MULTIPLATAFORMA

Os avanços tecnológicos e o advento da internet possibilitaram várias mudanças e uma delas foi o modo de consumir conteúdo televisivo. Aquele modelo tradicional de assistir televisão, em que toda família se reunia ao redor do aparelho para ver determinado programa, passou por uma alteração de paradigma. Cada vez mais as pessoas migram para seus aparelhos pessoais para assistirem ao conteúdo que lhes é de interesse como, quando e onde querem. Isso inclusive era previsto por Verón (2007), que dizia que o fenômeno massivo que conhecemos como televisão, materializado em um móvel no entorno da sala de estar, capaz de ativar a sociabilidade familiar, estava condenado a desaparecer. A Rede Globo percebeu isso e em 2012, segundo CAZANI (2016), passou a disponibilizar suas telenovelas integralmente no Globo.TV+ por um pequeno valor de R\$12,90 por mês. Entretanto, inicialmente esse serviço foi disponibilizado somente para o estado de Minas Gerais. Antes disso, apenas trechos dos seus programas eram divulgados com acesso gratuito no Globo.TV (p.41). Isso

caracteriza como a Globo estava se preparando para essa nova ecologia midiática que Jenkins (2008) já havia difundido no universo comunicacional.

No final de 2015, por sua vez, foi lançado o Globoplay, a plataforma digital de *streaming* de vídeos sob demanda da Globo, que pode ser acessada por meio do site globoplay.com ou pelos aplicativos para *mobiles*, *tablets* e *Smart TVs*. Seu acesso inicial é gratuito e por lá pode-se ter acesso a trechos de sua produção televisiva (CAZANI, 2016, p. 43). Entretanto, para que o usuário possa acessar o conteúdo de uma forma integral, é necessário aderir a uma assinatura mensal. Segundo dados de 2016⁴, no primeiro ano do *app*, foram consumidos mais de 6,3 bilhões de minutos de programação. Isso demonstra que a internet se tornou um espaço importantíssimo para a Rede Globo de Televisão. Porém, a emissora não quer deixar a transmissão em fluxo. Podemos observar isso nas estratégias que a Globo tem desenvolvido ao produzir conteúdos multiplataforma. Chegamos, portanto, ao objetivo central desse trabalho: observar as estratégias da Rede Globo ao exibir seus conteúdos tanto na TV quanto em sua plataforma de vídeo, o Globoplay. Todavia, consideramos que nesse ambiente de convergência midiática, a Globo utiliza seu Portal de notícias para hospedar os sites dos programas televisivos. Nesse caso, traremos ao *corpus* as atualizações simultâneas tanto no Globoplay, quanto nos sites do Jornal Bom Dia Brasil e do Jornal Nacional.

MAPEAMENTO DOS TELEJORNAIS EM MULTIPLATAFORMA

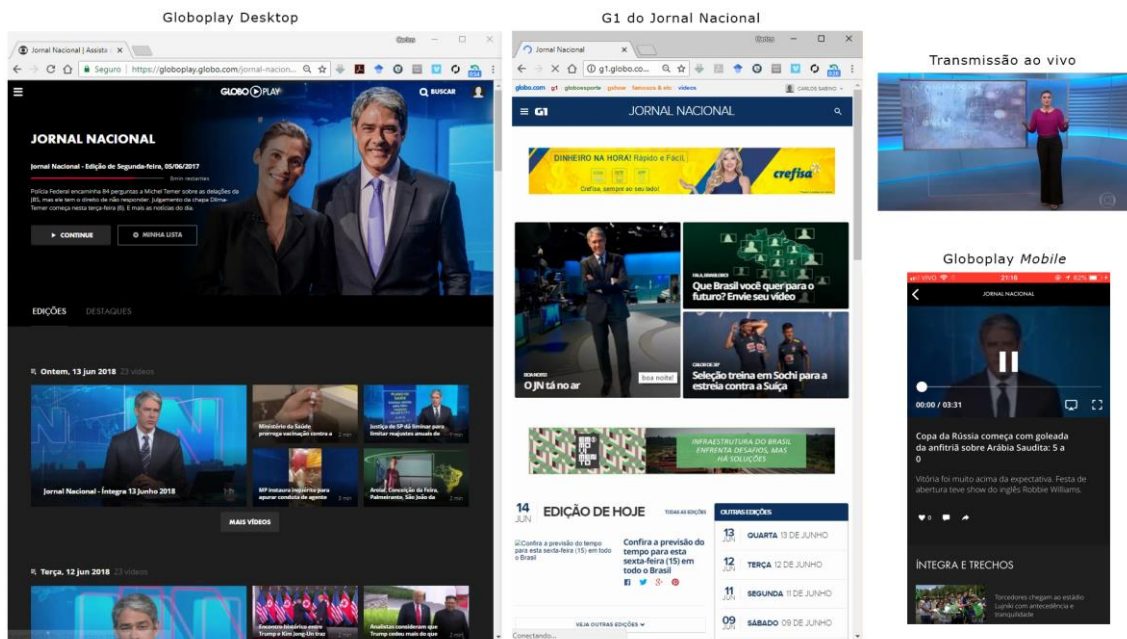
Para observarmos como a Rede Globo desenvolve suas estratégias de produção de conteúdo multiplataforma no telejornalismo, optamos pela gravação da nossa interação nas múltiplas telas para que, após essa documentação, nós pudéssemos descrever as estratégias de produção e exibição de conteúdos da Rede Globo. Utilizou-se um computador ligado à internet, além da assinatura do Globoplay⁵. Foram gravados simultaneamente as transmissões em fluxo, a interface do Globoplay em *desktop*, a interface do Globoplay no *mobile* e o site do Bom Dia Brasil e do Jornal nacional (FIG. 1). Essa gravação foi iniciada 60 minutos antes da transmissão televisiva e finalizada após 120 minutos do término dos telejornais. Esse procedimento foi necessário uma vez

⁴ Disponível em <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/11/globo-play-completa-1-ano-com-95-milhoes-de-downloads-do-aplicativo.html> Acesso 9 de jul de 2018.

⁵ Essa gravação foi feita fora das regiões que a Rede Globo disponibiliza a transmissão do seu conteúdo em fluxo no *app* do Globoplay. Deste modo, as próximas coletas contemplaram prioritariamente uma região que possibilite essa integração multiplataforma.

que, a partir de uma observação prévia, foi detectado que no site existiam determinados conteúdos disponíveis antes que os telejornais iniciassem sua transmissão. É importante ressaltar que foi programada a atualização dos sites, tanto do Globoplay *desktop* quanto do G1, com a temporalidade de 1 minuto.

Figura 1 – Interface da gravação simultânea do Jornal Nacional em multiplataforma



Fonte: Elaborado pelo autor

Após a análise da gravação da interação do consumo multitelas/multiplataforma, foi produzida uma linha do tempo da exibição e das atualizações do Jornal Bom Dia Brasil e do Jornal Nacional. Abaixo temos o quadro do mapeamento multiplataforma do telejornal Bom Dia Brasil.

Quadro 1 – Mapeamento Multiplataforma do Telejornal Bom dia Brasil

	Televisão	Desktop	Mobile	G1 BOM DIA BRASIL
7:17				1 vídeo dos destaques do Bom dia Brasil
7:30	Início do Bom dia Brasil			
7:32				O Bom Dia Brasil está no ar!
8:11		Vídeo dos destaques+ Matérias A - 1 vídeos postado		
8:13				Matérias A - 1 vídeos postado
8:22				Matérias B - 3 vídeos postados
8:24		Matérias B - 3 vídeos postados		
8:25				Matérias C - 3 vídeos postados
8:26			Entram 7 vídeos das matérias	
8:30		Matérias C - 2 vídeos postados - faltou 1		
8:38		Matérias C - entra o vídeo que faltou		
8:49	Encerramento do Jornal			
8:51		Matérias D - 2 vídeos postados		Matérias D - 2 vídeos postados
8:53				Postagem no site é trocada
9:16			Entram 9 vídeos das matérias	
9:23		Bom Dia Brasil na íntegra no Globoplay	Bom Dia Brasil na íntegra	
9:28		Restante das matérias (8) são postadas		
9:40		Íntegra no Globoplay no título principal		

Fonte: Elaborado pelo autor

Como podemos observar, a primeira plataforma utilizada pela Rede Globo foi o portal G1, com a postagem de um vídeo no site do Bom dia Brasil às 7 horas e 17 minutos em uma aba que eles nomeiam como “Veja os destaques do Bom Dia Brasil desta quinta-feira 14 de junho de 2018”. Observa-se que o vídeo está na plataforma do Globoplay, porém não está disponível na página do Bom dia Brasil do Globoplay, ou seja, quando clicamos para assistir ao vídeo pelo site, ele “abre” na plataforma, mas se acessamos o site do Globoplay e nos direcionamos para a aba do Bom Dia Brasil, não encontramos esse vídeo disponível lá.

Dois minutos após o início do jornal, que foi ao ar precisamente às 7 horas e 30 minutos, o site foi alterado com a seguinte postagem: “O Bom Dia Brasil está no ar! Veja todos os vídeos do Bom Dia Brasil e acompanhe seu programa Favorito da Globo”. Entretanto, quando clicamos sobre esse link, somos redirecionados para o site do Globoplay, para a aba do Bom dia Brasil, onde não há disponível nenhum vídeo do dia. Estavam disponíveis apenas vídeos do dia anterior.

Prosseguindo, às 8 horas e 11 minutos, ambos os vídeos, destaques e Matéria A (Quadro 1), ficam disponíveis primeiramente na aba do Bom Dia Brasil do site Globoplay. Dois minutos depois, esses vídeos são postados no portal do G1 Bom Dia

Brasil. É necessário ressaltar que o horário de postagem que aparece no site logo abaixo do título do vídeo é anterior ao horário que de fato os vídeos ficam disponíveis. Uma hipótese é a de que o horário que aparece notificado seja o do início do *upload* do vídeo. Desta forma, se os vídeos entram no site às 8 horas e 11 minutos e o horário de publicação consta “há 41 minutos”, significa que o processo de *upload*, na verdade, se iniciou às 7 horas e 34 minutos, ou seja, 4 minutos após o início do telejornal. Mais adiante ocorreu o processo inverso. Às 8 horas e 22 minutos, três vídeos (Matérias B do Quadro 1) foram disponibilizados primeiro no site do G1 Bom dia Brasil e dois minutos depois, no Globoplay *desktop*. A partir das 8 horas e 25 minutos, mais três vídeos (Matérias C) entram no site G1 Bom dia Brasil e um minuto depois há a primeira atualização no aplicativo do Globoplay para *mobile*, sendo liberadas sete matérias.

Como visto no Quadro 1, às 8 horas e 30 minutos ficam disponíveis três vídeos (Matérias C) no site G1 Bom dia Brasil, mas apenas dois deles foram disponibilizados na plataforma Globoplay *desktop*. Somente 8 minutos depois, o vídeo que faltava foi postado no Globoplay *desktop*. Como observamos no Quadro, há uma pausa de postagem de 10 minutos, coincidindo com o encerramento do Jornal na televisão aberta, que terminou às 8 horas e 49 minutos. Mesmo com o término da transmissão do Bom Dia Brasil às 8 horas e 51 minutos, foram disponibilizados simultaneamente no site do G1 Bom Dia Brasil e no Globoplay mais dois vídeos (Matérias D), computando nove vídeos disponibilizados na edição do dia 14 de junho de 2018, sendo que às 8 horas e 53 minutos a postagem no site “Bom Dia Brasil está no ar!” é alterada pelo título “Está tudo pronto para a cerimônia da Copa do Mundo da Rússia”. Chamamos a atenção para o fato de que apenas às 9 horas e 16 minutos o restante das matérias foi postado no Aplicativo para *mobile* do Globoplay, totalizando os 16 vídeos já disponíveis no Globoplay *desktop*. Após 24 minutos do encerramento do Telejornal, a íntegra da transmissão já estava disponível tanto no *desktop* quanto no *mobile*. Ressaltamos que, 5 minutos após a postagem da íntegra do programa, houve mais uma atualização, na qual foram disponibilizados mais oito vídeos da edição do Jornal Bom Dia Brasil do dia 14 de junho. Após esse horário, não houve nenhuma atualização nos *apps* do Globoplay e nem no site G1 Bom dia Brasil.

Dando continuidade, abaixo apresentamos o quadro 2 com o mapeamento Multiplataforma do Telejornal Jornal Nacional.

Quadro 2 – Mapeamento Multiplataforma do Telejornal Jornal Nacional

	Televisão	Desktop	Mobile	JORNAL NACIONAL
19:42				1 vídeo: Veja no JN
20:30	Início do Jornal Nacional			Foto de capa "Veja no JN" e 5 vídeos da previsão do tempo
20:54		Matérias A - 2 vídeos		
20:57				1 vídeo: Copa da Rússia começa...
20:58				Retirado o 1 vídeo: Copa da Rússia começa...
20:59		Matérias B - 2 vídeos		Postado novamente o 1 vídeo: Copa da Rússia começa...
21:04		Matérias C - 4 vídeos		
21:08				1 vídeo: Influência estrangeira ajuda...
21:09				Retirado: Influência estrangeira ajuda...
21:10				Retorna: Influência estrangeira ajuda...
21:11				1 vídeo: Torcedores chegam ao...
21:12				Retirado: Torcedores chegam ao...
21:13				Retorna: Torcedores chegam ao...
21:16			4 vídeos disponibilizados	
21:22				1 vídeo: Ao dar colete aos reservas...
21:23				1 vídeo: E-mails de Hillary...
21:26		Matérias D - 7 vídeos	11 vídeos disponibilizados	
21:27	Encerramento do Jornal Nacional			1 vídeo: Polícia prende 63 pessoas... Alteração da foto da capa
21:39				2 vídeos: PF afirma ter indícios... e Jamais uma copa...
22:12		Jornal Nacional na íntegra	Jornal Nacional na íntegra	

Fonte: Elaborado pelo autor

Como podemos observar, diferente do Bom Dia Brasil, a primeira atualização, também realizada no portal G1 JN, teve quase 50 minutos de antecedência. Porém, não houve mais nenhuma atualização até o início do telejornal. Exatamente às 20 horas e 30 minutos iniciou-se o Jornal Nacional na televisão aberta, ao mesmo tempo em que foi feita uma postagem na foto de capa do site G1 do Jornal Nacional, com o título “Veja no JN” e publicados cinco vídeos referentes à previsão do tempo das cinco regiões do Brasil no bloco “Edição de Hoje”. Temos aqui um sincronismo praticamente preciso. Contudo, se na transmissão do Bom Dia Brasil o primeiro vídeo após o início do jornal foi disponibilizado quase 30 minutos depois, no Jornal Nacional, a primeira atualização aconteceu 14 minutos após o início da transmissão. Em ambos os casos, percebemos que houve uma preferência por realizar a inserção de dois vídeos (Matérias A) primeiramente no Globoplay *desktop*. Nessa transmissão do dia 14 de junho de 2018 ocorre algo diferente. As três matérias que são postadas são retiradas após um minuto e repostadas depois um minuto. Outra diferença é que as matérias em vídeo são acompanhadas de reportagens escritas.

Semelhante à transmissão do Bom Dia Brasil, somente às 21 horas e 16 minutos houve atualização no Globoplay *mobile*, sendo disponibilizados quatro vídeos de matérias do JN. Dez minutos depois são postados no Globoplay *desktop* sete matérias (Matérias D), totalizando 15 vídeos disponíveis nas variadas plataformas. No mesmo horário são postados 11 vídeos das matérias do Jornal Nacional no Globoplay *mobile*. Um minuto depois, às 21 horas e 27 minutos, ocorre o encerramento do Jornal Nacional na televisão aberta. Mesmo com o término da transmissão, as reportagens são atualizadas tanto no site quanto no *app*. Apenas às 22 horas e 12 minutos foi liberada a edição completa do Jornal Nacional no site do Globoplay *desktop* e no *mobile*. Ressaltamos que a foto da capa no G1 JN foi alterada precisamente ao término da transmissão do Jornal em televisão aberta.

Observando a exibição multiplataforma dos dois telejornais, podemos constatar que, tanto no Bom Dia Brasil quanto no JN, foi utilizada a produção de um vídeo resumido das matérias antes do início da transmissão. Esses vídeos geralmente são postados com cerca de 15 minutos de antecedência do início da exibição televisiva. Constatamos que o *app* do Globoplay *mobile* é o que menos recebeu atualizações, diferente dos sites do G1. Durante a nossa interação, nenhuma notificação foi recebida no celular. Além disso, só é possível ter acesso ao dia da exibição do conteúdo do telejornal no *mobile* quando os vídeos do dia ficam disponíveis. Ou seja, para facilitar as buscas por vídeos, o *app* para *mobile* disponibiliza uma “linha do tempo”. Mas antes de disponibilizarem os vídeos do dia, não é possível clicar na data do dia. Sendo assim, antes disso fica aparente a programação do dia anterior. Diante disso, podemos levantar a seguinte hipótese da não utilização do *app* do globoplay na versão *mobile* com mais intensidade: essa estratégia de não utilizar o *app* durante a transmissão televisiva talvez seja para que não haja competição entre os dispositivos, uma vez que o que interessa para a Rede Globo é a exibição televisiva em fluxo. Entretanto, nos sites dos telejornais no G1 houve várias atualizações. Mas mesmo que haja atualizações durante o fluxo televisivo, esse conteúdo são espécies de fragmentos do telejornal, facilitando assim a indexação e pesquisa sobre os temas exibidos durante os telejornais. Podemos descartar a estratégia da utilização do Globoplay como uma segunda tela que interage com a primeira tela televisiva. A característica do *app*, tanto no *desktop* quanto no *mobile*, é de extensão do conteúdo em fragmentos que são anexados no site do G1, utilizando o conteúdo jornalístico como integradoras ao conteúdo do texto verbal escrito que fica

disponível para o acesso dos internautas. Podemos notar um padrão de postagem entre os dois telejornais, porém no JN as postagens dos vídeos vêm acompanhadas pelas matérias escritas em texto verbal. Essa postagem se diferencia da do Bom Dia Brasil, que opta não pela matéria escrita, mas sim pelo vídeo. Direcionando o foco para o Globoplay, podemos notar que a atualização durante a exibição demonstra-se importante para atualização e integração do conteúdo televisivo para o *app*, para uma prática de fruição fora do fluxo, já que o conteúdo dos telejornais entra integralmente depois de aproximadamente 45 minutos do término da exibição no fluxo televisivo. Observa-se que os vídeos avulsos servem tanto para a fruição temática, ou seja, o usuário escolhe o tema específico que quer assistir, quanto para serem indexados no G1. Ressaltamos que todos os vídeos, menos o da íntegra, ficam disponíveis para o acesso sem a assinatura do pacote do Globoplay.

Conforme observado nas descrições acima, podemos afirmar que as estratégias da Rede Globo de Televisão para produção e circulação de seus telejornais na era da convergência midiática é definida por uma lógica de congregar seus conteúdos para as outras plataformas, sem que haja *a priori* uma ferramenta de interatividade específica, que possibilitaria a imersão e atuação dos telespectadores. Observamos que tudo que faça frente à primeira tela, ou seja, ao aparelho televisivo, é controlado para ser acessado no paradigma do *on-demand*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou as estratégias de produção multiplataforma da Rede Globo de televisão, desenvolvendo um mapeamento de um dia de exibição dos telejornais Bom dia Brasil e Jornal Nacional em fluxo televisivo, em convergência com o aplicativo Globoplay e com os sites dos respectivos telejornais no Portal G1.

Observou-se que tanto no Bom dia Brasil quanto no Jornal Nacional há um padrão cronológico de circulação dos vídeos antes dos telejornais irem ao ar. Dessa maneira, percebeu-se que 15 minutos antes do início dos telejornais é disponibilizado no site um vídeo de um minuto apresentando os destaques do telejornal. Outro padrão identificado é a atualização da primeira página respectiva ao site no Portal G1 logo ao início da programação televisiva. No Bom dia Brasil, entretanto, houve um atraso de dois minutos, diferente do Jornal Nacional, que teve a atualização da primeira página do site sincronizada ao início da programação televisiva. Isso nos leva à hipótese de que

talvez no dia da gravação do *corpus* de pesquisa, essa atualização do site do Bom dia Brasil não devia estar programada tecnologicamente e deve ter ocorrido de forma manual por meio da equipe de informática, diferentemente do Jornal Nacional que de maneira sincronizada atualizou o site do exatamente ao início do telejornal. A partir desse simples fato, percebe-se a importância que ganha a equipe de informática durante a exibição televisiva.

Como observamos no mapeamento, a Rede Globo opta por utilizar os sites do G1 intensamente durante a exibição desses dois telejornais, deixando o aplicativo do Globoplay apenas como um repositório de vídeos. Isso demonstra que as estratégias de produção multiplataforma da Rede Globo no gênero telejornalismo em exibição nacional seguem o seguinte modelo: Transmissão Broadcast + Sites de Perfil dos telejornais no Portal G1 + App Globoplay como repositório. Deste modo, a pesquisa avança para a fase dois, que observará os outros telejornais de exibição nacional (Jornal Hoje e Jornal da Globo), buscando comparar as estratégias que a Rede Globo desenvolve em um ambiente multiplataforma convergente.

REFERÊNCIAS

- ARAGÓN, S. **El futuro, la television desconstruida**. In: AAVV Los secretos del novo periodismo ¿Está muriendo la información tradicional? Valencia: Generalitat Valenciana, 2007.
- CAZANI JÚNIOR, L. E. **Da veiculação em fluxo contínuo para a disponibilização: o gancho na produção de sentido da Telenovela Avenida Brasil**. 2016. 190f. Dissertação de Mestrado – Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2016.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução de Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEÃO, L. **Poéticas do ciberespaço**. In: Lúcia Leão (org.). O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Editora SENAC, 2005.
- MÉDOLA, A. S. L. D. **Globo Media Center: televisão e internet em processo de convergência midiática**. In: André Lemos; Christa Berger; Marialva Barbosa. (Orgs.). Livro da XIV COMPÓS - Narrativas Midiáticas Contemporâneas. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- _____. SILVA, Schpallir, E. **Segunda tela e a reconfiguração das práticas comunicacionais no processo de fruição de televisão**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 22, n. 1, p.145-164, jan-mar 2015.
- SCOLARI, C. A. **This is the End: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão**. In: CARLÓN, Mario.; FECHINE, Yvana (Orgs). O fim da televisão. 1. ed. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

VERÓN, E. **Semiotica come sociosemiotica.** Entrevista a Eliseo Verón. In: SCOLARI, C.; BERTETTI, P. (eds). *Mediamerica. Semiotica e analisi dei media a America Latina*. Torino: Cartman Edizioni, 2007.