

CARLOS D'ANDRÉA

# CONEXÕES INTERMIDIÁTICAS ENTRE TRANSMISSÕES AUDIOVISUAIS AO VIVO E REDES SOCIAIS ONLINE: POSSIBILIDADES E TENSIONAMENTOS

*INTERMEDIA CONNECTIONS BETWEEN LIVE  
AUDIOVISUAL TRANSMISSIONS AND ONLINE  
SOCIAL NETWORKS: POSSIBILITIES AND  
CHALLENGES*

*CONEXIONES INTERMEDIA ENTRE  
TRANSMISIONES AUDIOVISUALES EN DIRECTO Y  
REDES SOCIALES: POSIBILIDADES Y TENSIONES*

*Recebido em: 31 mai. 2015*

*Aceito em: 24 jul. 2015*

**Carlos D'Andréa:** Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte-MG, Brasil).  
Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais.

**Contato:** [carlosfbd@gmail.com](mailto:carlosfbd@gmail.com)

ISSN (2236-8000)

## RESUMO

No artigo discutimos as conexões intermediáticas entre transmissões audiovisuais ao vivo e os debates alavancados nas redes sociais online, como o Twitter. Dialogando com diferentes autores e perspectivas conceituais (entre as quais a Teoria Ator-Rede), identificamos três tipos de conexão intermediática: 1) iniciativas, como aplicativos de segunda tela, de canais de TV e outras empresas interessadas na convergência midiática; 2) debates online auto-organizados através de hashtags e dos quais emergem sistemas de resposta e controvérsias que ressignificam as transmissões e 3) transmissões via streaming, como a Mídia Ninja, que se efetivam como uma enunciação coletiva que opera na lógica das redes sociotécnicas. As discussões têm como pano de fundo o tensionamento entre os modelos massivo e colaborativo de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVES:** Convergência; Transmissão audiovisual ao vivo; Redes sociais online; Intermídia.

## RESUMEN

El artículo analiza las diferentes posibilidades de conexiones intermedia entre las transmisiones audiovisuales en directo y las interacciones impulsados por ellos en las redes sociales como Twitter. A través de una articulación de diferentes perspectivas conceptuales (como Teoría del Actor-Red), se identificaron tres tipos de conexiones intermedia. En primer lugar, las iniciativas, como aplicaciones de segunda pantalla, diseñado por canales de televisión y otras empresas interesadas en la convergencia de los medios. Segundo, debates autoorganizados usando hashtags a través de las cuales emergem controversias y comentarios críticos sobre los transmissions. Por último, streaming de transmisiones en vivo, como “Mídia Ninja”, que, en colaboración con las redes sociales, ofrece una experiencia colectiva.

**PALABRAS-CHAVES:** Convergencia; Transmisiones audiovisuales en directo; Redes sociales; Intermedia.

## ABSTRACT

The article discusses the different possibilities of intermedia relations between live audiovisual transmissions and the interactions powered by them in online social networks, like Twitter. Articulating different conceptual perspectives (like Actor-Network Theory), we identified three kinds of intermedia connections. First, those executed by TV channels and other companies involved in media convergence (for example, “second screen” apps). Second, self-organized debates using hashtags and from which emerges controversies and critical feedback about the transmissions. Finally, streaming live transmissions, like Ninja Media, which, working together with online social networks, provides a collective experience.

**KEYWORDS:** Convergence; Audiovisual live transmissions; Online social networks; Intermedia.

A complexificação do ecossistema midiático na contemporaneidade tem como uma de suas características mais marcantes um constante tensionamento entre dois grandes modelos de comunicação. Ao mesmo tempo em que identificamos formas reconfiguradas de um modelo massivo de produção e de circulação de informações, é cada vez mais clara a consolidação de uma lógica colaborativa baseada na auto-publicação e no compartilhamento em rede. A televisão e toda rede constituída ao longo do século XX em torno desse dispositivo (canais, formatos publicitários, formas de transmissão etc.) pode ser considerada um dos mais emblemáticos exemplos do modelo massivo, enquanto as redes sociais online são facilmente identificadas como impulsionadoras da cultura da participação que caracteriza o modelo colaborativo.

Nesse sentido, ao pensar o cenário midiático atual, Jenkins (2008) aponta que a “cultura da convergência” é marcada pela co-existência de duas convergências. Identifica-se um processo de “convergência vertical”, que é planejada pelas empresas de mídia, enquanto a participação auto-organizada dos fãs, espectadores etc. alavanca uma “convergência horizontal” marcada pelo engajamento e pela produção de bens culturais à revelia da lógica comercial que controla os produtos “originais”. A constante negociação entre esses dois modelos é marcada por variadas formas de mediação de natureza sociotécnica, o que, em última instância, alavanca o surgimento de variadas formas de conexões intermediárias.

Nesse contexto, o presente trabalho volta-se para as possibilidades e os tensionamentos entre transmissões audiovisual ao vivo (via televisão ou streaming) e os diversificados debates alavancados por essas transmissões nas redes sociais online (Twitter, em especial) por uma audiência conectada. Esta prática - que inclui interações com “amigos”, acompanhamento de comentários, busca por informações complementares e recomendações - corresponde hoje a cerca de 40% do uso de redes sociais, apontou uma pesquisa realizada em cinco países (Brasil incluso)<sup>1</sup>.

Concentramos-nos aqui na caracterização e problematização de três tipos de conexão intermediária entre o audiovisual e as redes sociais online identificados ao longo da primeira fase da pesquisa: 1) as iniciativas institucionais de canais de televisão, por exemplo através do desenvolvimento de aplicativos de “segunda tela” que direcionam a participação dos telespectadores; 2) as formas auto-organizadas de debates online que problematizam e resignificam as temáticas e perspectivas pautadas pelas transmissões ao vivo, fazendo emergir sistemas de respostas e controvérsias; e 3) novas formas de transmissão audiovisual via internet (streaming) que, mais do que se apropriarem das redes sociais online para amplificar suas emissões, parecem já se organizarem na lógica dessas redes.

Para a discussão empreendida nesse artigo, nos aproximamos de autores como Alzamora (2012, 2013), Braga (2006), Brasil e Migliorin (2011), Fachine (2013) e Machado (2000) e de algumas perspectivas teóricas, entre as quais destacamos a Teoria Ator-Rede (LATOIR, 2012; VENTURINNI, 2010; entre outros). Da TAR nos interessam o conceito de mediação, a perspectiva das redes heterogêneas sociotécnicas e os estudos de controvérsias, dentre outras discussões. Este artigo é fruto de um projeto de pesquisa que pretende observar empiricamente como se dão algumas

<sup>1</sup> Uma síntese da pesquisa “When Networks Network: TV Gets Social” está disponível em <http://vimninsights.viacom.com/post/61773538381/when-networks-network-tv-gets-social-in-our>

<sup>2</sup> O projeto “As webTVs em conexões intermediáticas: redes sociotécnicas na cobertura jornalística de dois eventos programados” (2013-2015) é financiado pelo CNPq (Edital Universal 14/2013), pela Fapemig (Demanda Universal 2013) e PRPq/UFMG (Programa Institucional de Auxílio à Pesquisa de Doutores Recém-Contratados).

das conexões intermediáticas entre emissões audiovisuais ao vivo e redes sociais online durante dois eventos programados: a Copa do Mundo e as eleições presidenciais<sup>2</sup>.

### MEDIAÇÃO E CONEXÕES INTERMIDIÁTICAS

Consideramos que múltiplas conexões intermediáticas podem ser alavancadas no rico ecossistema midiático (SCOLARI, 2010) propiciado na âmbincia da internet e das tecnologias digitais conectadas, abrindo espaço para uma crescente formação de redes sociotécnicas que expandem e resignificam, por exemplo, a transmissão ao vivo de um evento de grande repercussão, como uma partida de futebol, uma manifestação política ou um debate eleitoral. Ao mesmo tempo em que reforça o vínculo do público com o evento transmitido (e, por consequência, com os veículos promotores), a incorporação - “autorizada” ou não - da cultura participativa relativiza a mediação jornalística historicamente centralizada nos profissionais e nas instituições midiáticas e explicita a heterogeneidade dos agentes que compõem as redes que se formam em torno de um acontecimento dessa natureza.

Compreendendo a mídia como um processo de mediação que requer o engajamento (e desengajamento) dos envolvidos (SILVERSTONE, 2002), é fundamental reconhermos que, na contemporaneidade, vivemos uma “explosão das mediações” (OROZCO GÓMEZ, 2006) que rehierarquizam e reposicionam o intenso fluxo de informações e interações que compõem o ecossistema midiático. Assim, aponta Alzamora (2011), “a diversificação midiática das mediações tensiona e complementa a mediação exercida por instituições de mídia tradicionais porque ambas circulam nos interstícios da rede intermídia, contaminando-se mutuamente” (p.90).

O reconhecimento e a valorização das relações estabelecidas não apenas no âmbito da produção das mídias de origem massiva, mas também pela heterogeneidade de agentes em ação nas redes sociais online nos faz recorrer à perspectiva teórico-metodológica da Teoria Ator-Rede (TAR). Ao se concentrar no estudo da formação do “social” a partir das relações estabelecidas por coletivos de caráter sociotécnico (cf. LATOUR, 2012; LAW, 2007), “a TAR trata de redes constituídas por entidades de variados tipos que transportam ações, constituindo o que chamamos de redes heterogêneas” (BUZATO, 2012: 67).

Mediar, na TAR, significa não apenas agir para expandir e interferir nas redes sociotécnicas, mas também fazer outros agentes agirem, produzindo um efeito da rede e desencadeando novas agências que resultam, entre outros efeitos, no estabelecimento de controvérsias, na reorganização da ordem interna dos coletivos e na mobilização de outros mediadores que podem ajudar a compor novas redes de relações ou estabilizar as relações já existentes. “Os mediadores transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que supostamente veiculam”, explica Latour (2012: 65). Assim, vista como um exercício de poder, a agência dos atores para formação de redes pode resultar em uma translação, ou tradução, aqui entendida como um processo de converter entidades para que elas ajudem a compor um aparente consenso ou um

argumento comum em torno de um assunto sem, no entanto, apagar suas diferenças (cf. CRAWFORD, 2004).

Nesse sentido, podemos compreender as conexões intermidiáticas entre emissões audiovisuais e redes sociais online como um espaço de intensa negociação de sentido entre diferentes agentes - humanos e não-humanos - que atuam como mediadores ao publicarem suas perspectivas e se engajarem para dar mais visibilidade a elas através de estratégias discursivas e de recursos técnicos variados. Para nos atermos apenas ao Twitter, vale citar como exemplo as possibilidades de mediação de um recurso técnico bastante popular: as hashtags. Como discutiremos a seguir, para as emissores de TV trata-se de um importante recurso para canalizar a audiência para discussões afins à sua transmissão, ao mesmo tempo em que para uma audiência conectada as hashtags são actantes não-humanos capazes de aproximar espectadores com interesses específicos ou de propor perspectivas alternativas sobre o assunto em questão.

Igualmente importante para a discussão aqui proposta é o conceito de intermídia. Herkman (2012) se concentra em distingui-lo de um conceito correlato e mais popular: convergência. Para o autor, enquanto convergência está relacionada a uma visão utópica que, desde os anos 1960, projeta a integração das mais diferentes tecnologias em um “super-medium”, a intermedialidade “presta mais atenção à continuidade dos formatos midiáticos e na articulação e rearticulação da mídia nos contextos sociais e culturais em transformação” (p.374). Cunhada nas teorias e movimentos artísticos dos anos 1960, a intermídia “ênfatisa a análise da continuidade e da mudança nas mídias” (HERKMAN, 2012: 374), o “cruzamento e complementaridade de ambientes midiáticos variados” (ALZAMORA e TÀRCIA, 2012: 26), ou ainda “o desenvolvimento de híbridos midiáticos (...)” (WENZ, 2008: 258).

Alzamora (2012) chama de “rede intermídia” o resultado do processo atual de relações entre diferentes dispositivos midiáticos. Conforme a autora, a “rede intermídia” se efetiva

por meio da contaminação entre lógicas comunicacionais que se engendram na lógica das conexões, processos de mediação social simultaneamente centralizados e diversificados se entrecruzam na dinâmica intermidiática, ampliando a visibilidade midiática e o alcance social de acontecimentos que se desdobram em rede (ALZAMORA, 2012: 54).

Assim, a discussão proposta neste artigo se baseia no reconhecimento e valorização das múltiplas mediações de caráter sociotécnico que se sobrepõem nas diferentes interfaces possíveis entre os modelos massivo e colaborativo de comunicação, assim como no caráter intermidiático das conexões entre transmissões audiovisuais ao vivo e as redes sociais online alavancadas por recursos técnicos e por apropriações diversas.

#### TV AO VIVO E AUDIÊNCIA CONECTADA

Para estudarmos as conexões intermidiáticas é preciso considerarmos

as especificidades de cada dispositivo envolvido, assim como sua historicidade e as relações em potencial com outros dispositivos do ecossistema midiático. Nesse sentido, é fundamental ressaltarmos a capacidade de constante reinvenção da TV (MILLER, 2009) ou, como aponta Santaella (1992 [2003]), sua constituição como “uma espécie de mídia altamente absorvente que pode trazer para dentro de si qualquer mídia e qualquer outra forma de cultura (...)” (p.41). Para Jost (2007: 44), “a televisão é, em sua origem, o que se poderia chamar de intermedia: longe de se firmar como uma mídia independente, com propriedades únicas e insubstituíveis, ela faz a síntese de técnicas e de espetáculos já existentes”. Aqui nos interessa discutir duas das várias mutações e adaptações identificadas na televisão contemporânea: uma ressignificação das transmissões ao vivo e a emergência de uma audiência conectada.

Recurso fundante da emissão televisiva, conforme aponta Machado (2000), a transmissão ao vivo (em especial, de eventos programados) pode ser compreendida como uma das raras situações em que, em oposição à crescente fragmentação e segmentação nos hábitos de consumo audiovisual (FECHINNE, 2013), as emissoras de TV conseguem agregar em torno de uma “experiência festiva” (DAYAN e KATZ, 1995) um volume muito significativo de espectadores simultâneos dispostos a interromper ou programar sua rotina para acompanhar um acontecimento midiático.

Se nos primórdios da TV a transmissão ao vivo era sinônimo de certa indomesticabilidade (MACHADO, 2000), atualmente essas emissões são, cada vez mais, fruto de um minucioso processo de planejamento e roteirização (JOST, 2007). Este significativo controle permite, entre outras estratégias, a inclusão de momentos pré-determinados de “abertura” da transmissão televisiva para a participação do espectador, por exemplo, através da exibição na tela, durante uma disputa esportiva ou de um programa de auditório, de *tweets* cuidadosamente selecionados pela produção.

Por outro lado, aponta Carlón (2012: 18), a transmissão direta é sempre “parte de um regime enunciativo de caráter temporal que o excede”. Para este autor, “a transmissão direta se vê ‘atravessada’ pelo tempo (presente)” (p.137), uma vez que é afetada por um “referente móvel e imprevisível que em qualquer momento se impõe ou escapa e com o qual se tem sempre de lidar” (p.100). Assim, ao contrário de programas gravados que também alavancam grandes audiências (novelas ou, mais recentemente, seriados), em um programa ao vivo há sempre a possibilidade de um imprevisto ou de algo fugir do controle, o que pode vir a desencadear uma forte reação dos telespectadores.

O termo audiência, no contexto atual, passa por um intenso processo de resignificação, uma vez que hoje espectadores se engajam diretamente na amplificação da circulação das produções e alavancam a dinâmica da “spreadable media”, conforme discutem Jenkins, Ford e Green (2013). Ao apontarem a necessidade de uma revisão conceitual, os autores defendem que o que antes chamávamos de *público* é atualmente formado por “pessoas que estão moldando, compartilhando, reenquadrando e remixando conteúdos de mídia de modos que talvez não tenham sido imaginado antes” (p.2).

No mesmo sentido, Orozco Gomes (2010) aponta que, desde a

metade do século XX “ser audiências significa interagir com os outros e com o outro mediados por dispositivos de comunicação (...)” (p.16). Atualmente, aponta, as audiências não se caracterizam pela recepção de conteúdos, mas pela capacidade de emissão e pela criação comunicativa que desencadeia uma “espiral de mediações” - trata-se de uma “audienciação” (OROZCO, GÓMEZ, 2006). Já Alzamora (2012), indicando que “a audiência circunstancial, fragmentada e dispersa típica das redes sociais se complementa na audiência massificada das mídias tradicionais” (p. 18), destaca três características da “audiência intermidiática”: conectividade ampliada, espacialidade dispersa e temporalidade diferida.

Partindo das discussões desses autores e atentos as especificidades do recorte proposta nessa discussão, adotamos aqui a expressão “audiência conectada”, que procura conciliar a especificidade da transmissão audiovisual (produzida por um e emitida para muitos) ao mesmo tempo em que destaca as possibilidades alavancadas pela interconexão em rede desses espectadores. Nesse sentido, podemos identificar a “audiência conectada” como uma configuração específica da “audiência intermidiática”, uma vez que, entre outras particularidades, não opera prioritariamente em uma temporalidade diferida, e sim se potencializa em função de uma simultaneidade pré-agendada.

Estamos falando, portanto, de uma televisão que, longe de se esgotar na transmissão (ao vivo ou não) de seus programas, parece se reorganizar a partir e para além dessa emissão, visando adequar o modelo massivo na qual sempre se sustentou. Scolari (2009) utiliza o termo “hipertelevisão” para designar “uma particular configuração da rede sociotécnica ao redor do meio televisivo” (p.183). Já Fechine (2013) opta pelo termo “televisão transmídia”, que “designa uma lógica de produção, distribuição e consumo de conteúdos televisivos, a partir da digitalização da TV e da sua articulação com outras *plataformas* no ambiente de convergência” (p.4). Nesse contexto, discute a autora, “surgem também novos procedimentos de distribuição autorizada de conteúdos televisivos” (p.3), conforme discutimos a seguir.

### INICIATIVAS INSTITUCIONAIS

Os esforços institucionais das diferentes empresas responsáveis pela “convergência vertical” (JENKINS, 2008) com vistas a se adequar às transformações em curso no ecossistema midiático integram o que caracterizaremos aqui como o primeiro dos três tipos de conexão intermidiática entre audiovisual e redes sociais online. Em comum, as iniciativas discutidas a seguir devem ser vistas como resultado da “intencionalidade de uma instância produtora” para propagar e expandir a emissão televisiva, que funciona como uma “mídia regente” a partir da qual “conteúdos televisivos transmídias” se articulam em outras plataformas tecnológicas (FECHINE, 2013).

Algumas das iniciativas mais populares atualmente são os denominados aplicativos de “segunda tela”, que se caracterizam pela “oferta de conteúdos interativos complementares e sincronizados com a programação por meio de aplicativos desenvolvidos para tablets e smartphones” (FECHINE, 2013: 3). Em geral, esses serviços se integram com as redes sociais online mais populares (Twitter e Facebook, em especial)

<sup>3</sup> Informações em [http://www.espn.com.br/noticia/364462\\_espn-aplicativos](http://www.espn.com.br/noticia/364462_espn-aplicativos), <http://www.band.uol.com.br/segundatela/>, <https://sappos.com.br/> e <http://www.tvsquare.com.br>.

<sup>4</sup> Consultar Diretrizes para o Uso de Transmissão de Tweets na Mídia (off line mídia) em <http://support.twitter.com/articles/320721-diretrizes-para-o-uso-de-transmiss-xe3-o-de-tweets-na-m-xed-dia-off-line-m-xed-dia>.

<sup>5</sup> <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/sub-destaque-home/73102-record-fecha-parceria-com-twitter-rede-social-vai-trazer-logotipo-da-emissora>.

<sup>6</sup> <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/nielsen-and-twitter-establish-social-tv-rating.html>

<sup>7</sup> <http://convergecom.com.br/tiinside/webinside/estrategia/09/10/2013/comcast-sela-parceria-twitter-incrementar-audiencia-tv>

<sup>8</sup> <https://media.twitter.com/>

e oferecem uma nova interface - menos dispersiva, mais “amigável” - para, através de palavras-chave ou hashtags “oficiais”, acompanhar e/ou participar dos debates motivados pelas transmissões televisivas. Alguns desses aplicativos são disponibilizados pelas emissoras próprias de televisão como o Espn Sync e Segunda Tela da Band, enquanto outros permitem acompanhar as repercussões de vários programas, como Sappos (“sua TV Social”) e TV Square (“Ver TV sempre foi uma experiência social”)<sup>3</sup>.

Reforçando a ideia de uma esperada “simbiose” nesse processo de convergência vertical, ressaltamos que as iniciativas institucionais de conexão intermediática entre redes sociais online e transmissões televisivas advêm não apenas das emissoras, mas também de fabricantes de equipamentos e das empresas proprietárias das redes sociais online, entre outros agentes interessados na “convergência vertical”. O advento de aparelhos de TV conectados à internet (as “SmartTVs”), por exemplo, abriu espaço para o desenvolvimento de aplicativos que integram as redes sociais online ao próprio televisor, impulsionando a ideia de uma “TV Social”.

Já o Twitter oficialmente permite e incentiva a “exposição, distribuição, transmissão, reprodução, execução pública ou exposição pública de tweets por todos os meios de distribuição de mídia”<sup>4</sup>. Outras iniciativas desta empresa se destacam, como a parceria com canais de TV, como Rede Record, no Brasil<sup>5</sup>, o apoio no desenvolvimento de uma metodologia de mensuração de audiência da TV a partir das conversações na internet e de ferramentas para vincular anúncios publicitários vinculados à TV<sup>6</sup>, e ainda a possível inclusão do link “See it” em tweets selecionados sobre a programação televisiva<sup>7</sup>. As melhores práticas de integração com veículos massivos são registrados no blog Twitter Media<sup>8</sup>.

### HASHTAGS: RESPOSTAS E CONTROVÉRSIAS

Entendemos que as iniciativas apresentadas acima têm, em comum, um esforço das emissoras de televisão para orquestrar as audiências conectadas a partir de um planejamento que, em última instância, não impacte ou coloque em risco a roteirização das transmissões ao vivo. Trata-se, como aponta Cabral Filho (2011: 154), de uma tentativa de “agenciamento de audiências produtoras de conteúdo” pelas empresas de mídia em processo de adaptação ao modelo colaborativo.

Outra estratégia cada vez mais comum é o esforço das emissoras para “institucionalizar” o uso de hashtags - no Brasil, o caso pioneiro foi a integração do Twitter ao programa de entrevistas “Roda Viva”, da TV Cultura, em 2008 e 2009 (TRASEL, 2008). Ainda que, também aqui, a intenção das emissoras seja estimular uma conversação que propague e expanda o conteúdo de uma “mídia regente” (FECHINNE, 2013), nota-se nessa iniciativa uma potencial relativização da relação hierarquizada proposta pelo modelo massivo de comunicação: ao mesmo tempo em que os programas decidem como se apropriar desse material (em alguns casos escolhendo a dedo quais tweets exibir durante a transmissão ao vivo), nas redes sociais online os debates se mostram incontroláveis e abertos à diversidade de opiniões, perspectivas etc.

Consideramos esse o segundo tipo de conexão intermediática entre transmissões audiovisuais ao vivo e redes sociais online. Ele se diferencia

do primeiro por acontecer para além das plataformas institucionalizadas pelas empresas e, ao atrair maior quantidade e diversidade de agentes, potencialmente propiciar um ambiente mais intenso e plural de debates.

Em algumas situações, o movimento auto-organizado da audiência conectada através do Twitter pode ser visto como um “sistema emergente de resposta” da sociedade à mídia (D’ANDRÉA, 2011). Apropriamo-nos aqui da discussão de Braga (2006) que, ao discutir as relações entre produção e recepção midiáticas, aponta a importância da “circulação *posterior à recepção*” do conteúdo veiculado para captar a “movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia” (p.28) e propõe o reconhecimento de diferentes “sistemas de resposta social”. Ao apresentar uma resposta de parte da sociedade a questões éticas ou técnicas relativas a programas televisivos de grande audiência, a “avalanche” de tweets com críticas pode ser considerada um “sistema de resposta social” típico do modelo colaborativo de comunicação.

Além de emergente, esse é potencialmente um processo auto-organizado, pois pode emergir a revelia de um “controle externo” (DE WOLF e HOLVOET, 2005: 7)<sup>9</sup>. Nesse caso, ao invés de um processo coordenado pela emissora de televisão, identifica-se a emergência, de forma auto-organizada, de hashtags ou palavras-chave publicizadas sem um planejamento prévio e/ou propostas por forças externas determinantes - ainda que usuários com maior influência na rede e com propósitos políticos claros influenciem sua ascensão.

Uma das mais emblemáticas situações desse “levante” da audiência conectada durante uma transmissão televisiva se deu durante a abertura da Copa do Mundo de 2010, quando a expressão “Cala a Boca Galvão” se tornou, por vários dias, o termo mais citado no Twitter. Entre 10 e 17 de julho daquele ano, cerca de 1,2 milhão de tweets foram publicados com a expressão e 765 notícias com essa expressão foram publicadas por sites noticiosos brasileiros indexados pelo Google (cf. LOPES, 2010). Ainda durante a Copa de 2010, a atuação da Rede Globo e de seus profissionais foi alvo de críticas através das expressões “Dia sem Globo” e “Cala Boca Tadeu Schmidt”.

Para além dos debates em grande escala que ganham grande visibilidade ao atingirem os *Trending Topics* do Twitter, é interessante estarmos atentos à variação de hashtags e à diversidade de temas que emergem de uma transmissão televisiva de grande audiência. Segundo o próprio Twitter, durante a transmissão do sorteio dos grupos da Copa do Mundo de 2014 (em 06 de dezembro de 2013), 1,7 milhão de tweets foram publicados com a hashtag #WorldCupDraw no período de duas horas<sup>10</sup>. Esta, no entanto, não foi a hashtag oficial do evento: o perfil principal da FIFA (@fifacom) estimulava o uso conjunto de #worldcup e #FinalDraw, enquanto sua versão em português (@fifacom\_pt) usava a adaptação #sorteiofifa2014. Boa parte dos veículos de imprensa do Brasil, por outro lado, optaram por #sorteiodacopa.

Além de comentários sobre os jogos sorteados durante a transmissão, observamos a presença de temas polêmicos relacionados ao mega-evento esportivo, como a repercussão da decisão da FIFA de convidar os atores Fernanda Lima e Rodrigo Hilbert para apresentar a cerimônia, em detrimento dos atores negros Camila Pitanga e Lázaro Ramos. A palavra

<sup>9</sup> Na perspectiva teórica aqui defendida, existe auto-organização quando o desenrolar das interações travadas em um sistema depende muito mais de sua dinâmica interna e da sua capacidade de adaptar-se do que de uma trajetória traçada previamente e/ou conduzida por um “supervisor onipotente” (DEBRUN: 1996: 13) ou um “controle externo” (DE WOLF e HOLVOET, 2005:7). Para De Wolf e Holvoet (2005), para haver auto-organização a “decisão sobre o que fazer em seguida deve ser tomada totalmente dentro do sistema, isto é, o sistema é autônomo” (p.8). Isso não quer dizer não haja estímulos externos, mas sim que estes estímulos não emitem instruções de controle.

<sup>10</sup> <http://twitter.com/TwitterSports/status/409033593831190528>

<sup>11</sup> <http://t.co/orUNVPTgRN>

“(FIFA) racista” foi recorrentemente mencionada em meio aos tweets que usavam as hashtags acima, e foi identificada uma hashtag específica sobre essa temática: #CadêOsNeguinhas. Ainda durante a transmissão do sorteio, a expressão “Cala a Boca Galvão” voltou a ganhar visibilidade<sup>11</sup>.

Esses exemplos pontuais apontam a possibilidade de lermos a diversidade de hashtags, temáticas e debates que emergem da audiência conectada durante uma transmissão televisiva como um ambiente rico em controvérsias que, em última instância, nos ajuda a compreender as dinâmicas sociais contemporâneas em seus momentos de maior intensidade e complexidade (VENTURINI, 2010). Ressaltando a centralidade desse momento para a Teoria Ator-Rede, Lemos (2013: 106) aponta que “a controvérsia é o momento ideal para revelar a circulação da agência, a mediação, as traduções entre os actantes, a constituição de intermediários, as relações de força (...)”. Temos uma controvérsia quando os agentes reconhecem que há uma questão sobre a qual não se tem um consenso e se engajam na publicização de seus argumentos com a intenção de convencer (ou seja, traduzir) outros agentes. Nesse momento, a “caixa-preta” está aberta, ou seja, ficam evidenciadas as posições divergentes em torno de um assunto, possibilitando um acompanhamento do jogo de forças travado entre os agentes envolvidos.

Seja através da crítica à atuação da emissora, de seus profissionais etc. (o que configura um “sistema emergente de resposta”), seja pelo esforço de dar visibilidade a temas que circundam a transmissão audiovisual (caso da acusação de racismo no sorteio da Copa 2014), potencialmente os debates que emergem nas redes sociais online são situações privilegiadas para a retomada ou a amplificação de controvérsias políticas, sociais etc. Esta situação - que chamamos aqui de segundo tipo de conexão intermediática - caracteriza-se por uma relação mais equilibrada entre as transmissões ao vivo e as repercussões nas redes sociais online, uma vez que as temáticas e abordagens em destaque nesses dispositivos midiáticos podem se aproximar ou se contrapor, relativizando ou mesmo subvertendo a influência de uma “mídia regente”.

### STREAMING COMO ENUNCIÇÃO COLETIVA

Na produção audiovisual, um dos impactos mais significativos do aqui denominado modelo colaborativo de comunicação é a multiplicação não apenas das possibilidades de gravação e edição de vídeos, mas também a crescente facilidade de transmissão ao vivo, via internet, de imagens captadas, por exemplo, por *smartphones*. Longe de, a curto prazo, colocar em risco o modelo de negócio e mesmo a audiência das emissoras de televisão, o *streaming* ao vivo de vídeos se apresenta, por outro lado, como uma significativa reconfiguração de características típicas do modelo massivo da televisão. Assim, no nosso entender, configura-se um terceiro tipo de conexão intermediática entre transmissão audiovisual e redes sociais online.

Tomemos como exemplo a emblemática cobertura realizadas pela Mídia Ninja durante as Jornadas de Junho de 2013. “Armados” com um celular de última geração conectado a uma rede 3G ou 4G, os repórteres Ninja (um acróstico de Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação)

transmitiram por horas a fio imagens do “olho do furacão”, em especial conflitos entre manifestantes e PMs e ações de “quebra-quebra”. Ao se apropriar da “mass-self communication” discutida por Castells (2009), a Mídia Ninja - e as várias iniciativas similares que surgiram ao longo das Jornadas - se impregnou “das marcas da incompletude, da indomesticabilidade e, num certo sentido, da *bruteza*” que, conforme aponta Machado (2000: 131), já caracterizou a transmissão televisiva ao vivo. Ao contrário da televisão comercial, que ao roteirizar e planejar tenta se livrar de tudo que fuja ao seu controle em uma transmissão ao vivo, as emissões que chegam da rua via *streaming* parecem radicalizar a ideia de uma experiência imprevisível, a começar pela possibilidade de iniciar ou encerrar a transmissão a qualquer momento.

Neste contexto, destaca-se o forte poder mobilizador da audiência conectada por esse tipo de transmissão audiovisual. Ao discutirem as especificidades das “imagens amadoras” em circulação na internet, Brasil e Migliorin (2011) atentam para um agenciamento coletivo que coletiviza a experiência ali registrada, impondo um regime de visibilidade que depende do engajamento do espectador. Este é interpelado, entre outras questões, pela “intensificação do efeito de real” e pela forte carga testemunhal das gravações (ou, no caso aqui discutido, das transmissões). O resultado desse processo é um “apagamento” de uma autoria individual e a consequente complexificação nos modos de disseminação e nas formas de mediação através de redes sociotécnicas. Destas redes emerge uma espécie de enunciação coletiva, na qual todos, em alguma medida, estão implicados.

No caso das transmissões da Mídia Ninja, fica evidente o processo de engajamento da audiência conectada na construção de um discurso compartilhado entre a emissão audiovisual e as redes sociais alavancadas por ela. Estamos nos referindo aqui não apenas ao intenso processo de publicização e de debates em torno das transmissões através da internet, em especial em momentos de conflitos, abusos policiais etc., mas também à sofisticada articulação dos repórteres ninjas com a audiência conectada, a começar pelo aplicativo de celular pelo qual as imagens são transmitidas (<http://twitcasting.tv/>). Este serviço exibe tweets na tela reduzida do smartphone e permite que o responsável pela transmissão de rua receba retornos imediatos da rede de espectadores que o acompanha, que passa a orientá-lo e alertá-lo sobre possibilidades e riscos da cobertura em andamento.

Nesse sentido, parece-nos que, mais do que se apropriar dos debates online para amplificar e discutir suas emissões, uma transmissão audiovisual ao vivo via streaming de iniciativas como a da Mídia Ninja têm no modelo colaborativo de comunicação um marco fundante de sua atuação. Nota-se, nesse terceiro tipo, uma espécie de fusão entre o audiovisual e as redes sociais online, constituindo uma efetiva “rede intermídia” (ALZAMORA, 2012) que opera na lógica das redes sociotécnicas baseadas na cultura participativa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo procuramos caracterizar as diferentes formas de conexão intermidiática entre transmissões audiovisuais ao vivo e redes sociais

online tomando como premissa que os debates online alavancados pelas transmissões massivas e seus eventuais impactos sobre a atuação das (web) TVs são situações privilegiadas para acompanharmos a formação do “social”, conforme aponta a Teoria Ator-Rede. As articulações da audiência conectada podem ser vistas, no nosso entendimento, como momentos privilegiados para compreendermos melhor não apenas os rearranjos midiáticos contemporâneos, mas as intensas negociações dos agentes em torno de temáticas que muitas vezes extrapolam a proposta inicial da transmissão audiovisual. Ao convocar e resignificar controvérsias anteriores (como racismo, homofobia etc.), os agentes atuam como mediadores que aproveitam a visibilidade potencial daquele coletivo para articular processos de translação nas redes sociotécnicas emergentes.

Um dos esforços aqui empreendidos foi de delinear três formas de conexões que, a princípio, parecem dar conta da diversidade de práticas, tecnologias etc. que emergem no ecossistema midiático contemporâneo. Cientes do risco de enquadrar as iniciativas que se renovam rapidamente a partir de novas apropriações sociais e/ou tecnologias, apontamos que essa categorização não pretende apagar zonas de interface e tensionamento entre as diferentes conexões intermediárias. Mais do que classificar rigidamente os aplicativos de segunda tela, o fluxo de *tweets* a partir de uma hashtag ou o *streaming* de vídeo através um site como o *Twitcam*, interessa-nos compreender o quão intrincada pode ser a relação entre os dispositivos midiáticos em questão e até que ponto há uma permeabilidade para que as atividades comunicacionais de um deles influencie o outro. Nesse sentido, são variáveis importantes, por exemplo, a abertura para a participação da audiência conectada, os debates que emergem dela (respostas? controvérsias?) e as configurações das redes sociotécnicas constituídas a partir das transmissões.

Além de um refinamento das discussões aqui empreendidas, o desafio é o desenvolvimento de estratégias metodológicas que nos permitam conhecer e compreender a fundo e de forma sistemática as situações em questão. O esforço se concentra na conciliação de métodos quanti-qualitativos que dêem conta do volume de dados trabalhados - através de formas estruturadas de coleta, processamento e visualização de informações coletadas nas redes sociais online - e em uma análise que explicita o caráter dinâmico, processual, não-reducionista etc. dos fenômenos sociais e comunicacionais, conforme apontam as perspectivas conceituais que norteiam esta pesquisa.

#### REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane. Entre a TV e a internet: mediações sobrepostas em IReport for CNN. In.: SOSTER, Demétrio; LIMA JR., Walter (org.) *Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011. p.84-104.

ALZAMORA, Geane. Especificidades da rede intermídia contemporânea: considerações sobre a audiência em contextos reticulares. *Revista Alaic*, n.17, p. 50-61, 2013.

ALZAMORA. Geane; TÁRCIA, Lorena. A narrativa jornalística transmidiática: considerações sobre o prefixo trans. In: LONGHI, Raquel; D'ANDRÉA, Carlos (orgs). *Jornalismo convergente: reflexões e experiências*. Florianópolis: Insular, 2012, p.15-32.

BRASIL, A; MIGLIORIN, C. A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras. *Ciberlegenda*, n. 22. Rio de Janeiro: UFF, 201

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

BUZATO, Marcelo. Práticas de letramento na ótica da Teoria Ator-Rede: casos comparados. *Calidoscópico*, São Leopoldo: Unisinos, v. 10, n. 1, p. 65-82, jan/abr 2012

CABRAL FILHO, Adilson. A Web 2.0 como agenciamento de audiências pelos grupos midiáticos contemporâneo. *Logos*, Rio de Janeiro: UERJ, v.34, n.1, p.1152-165, 1º semestre 2011.

CARLÓN, Mário. *Do cinematográfico ao televisivo: metatelevisão, linguagem e temporalidade*. São Leopoldo: ed. Unisinos, 2012.

CASTELLS, Manuel. *Power Communication*. Oxford: University Press, 2009.

CRAWFORD Actor Network Theory. In: RITZER, George. *Encyclopedia of Social Theory*. Sage, 2004

D'ANDRÉA, Carlos. TV + Twitter: reflexões sobre uma convergência emergente. In.: SOSTER, Demétrio; LIMA JR., Walter (org.) *Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011b. p.43-63.

DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. *La Historia en Directo: La Retransmisión Televisiva de Los Acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili Editorial, 1995.

DE WOLF, Tom; HOLVOET, Tom. Emergence Versus Self-Organisation: Different Concepts but Promising When Combined. *Lecture Notes in Computer Science*, v. 3464, p. 1-15, 2005.

DEBRUN, Michel. A Idéia de Auto-Organização. In: DEBRUN, M et al. *Auto-Organização Estudos Interdisciplinares*. Coleção CLE 18, Campinas, 1996, pp. 3-23.

FECHINE, Yvana. *Televisão transmídia: conceituações em torno de em torno de novas estratégias e práticas interacionais da TV*; In: XXII Encontro Anual da Compós, 2013, Salvador (BA). *Anais...*, 2013.

HERKMAN, Juha. Convergence or intermediality? Finnish political communication in the New Media. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 18, n.4, p. 369-384, 2012.

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

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Spreadable media – creating value and meaning in a networked culture*. New York and London: New York University Press, 2013.

JOST, François. *Compreender a televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LATOURE, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador, EDUFBA; Bauru, EDUSC, 2012.

LAW, John Law, *Actor Network Theory and Material Semiotics*, version of 25th April 2007, available at <http://www.heterogeneities.net/publications/Law2007ANTandMaterialSemiotics.pdf>, (downloaded on 18th May, 2007).

LEMOS, André. *A comunicação das coisas - Teoria Ator-Rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013.

LOPES, Flávia. *A imprensa está nua: As mídias sociais colocando em xeque o monopólio da fala dos grandes veículos*. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 2010, Caxias. Anais..., 2010.

MACHADO, Arlindo. *A Televisão Levada a Sério*. São Paulo, Editora SENAC, 2000.

MILLER, Toby. *A televisão acabou, a Televisão virou coisa do passado, a Televisão já era*. In: FREIRE FILHO, João. *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. *Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos*. IN: MORAES, Dênis de (Org.). *Sociedade Mídiaizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

\_\_\_\_\_. *Hacia una cultura de participación televisiva de las audiencias. Ideas para su fortalecimiento*. *Comunicação, mídia e consumo*, n.7, p.13-31, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. 4a. ed. São Paulo: Experimento, 1992 [2003].

SCOLARI, Carlos Alberto. *Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad em la televisión contemporânea*. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana. (orgs.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p.174-201.

\_\_\_\_\_. *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico*. *Quaderns del CAC, Barcelona*, n. 34, vol. XIII (1), p. 17-25, jun/2010.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

TRÄSEL, Marcelo. O uso do microblog como ferramenta de interação da imprensa televisiva com o público. In: VI SBPjor, São Bernardo do Campo, SP, 2008. Anais..., 2008.

VENTURINNI, Tommaso. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understanding of Science*, v. 19, n.3, p.258-273, mai./2010.

WENZ, Karen. As formas intermediáticas em textos digitais. In: SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried (orgs). *Palavra e imagem nas mídias – um estudo intercultural*. Belém: Editora Universitária UFPA, 2008.