

Apontamentos sobre o estudo das narrativas jornalísticas transmídia no contexto do atual ecossistema midiático¹

Carolina Teixeira Weber DALL'AGNESE²
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

Resumo

Neste artigo de caráter teórico-reflexivo, busca-se aproximar aspectos da *Media Ecology* e da midiaticização ao estudo do jornalismo transmídia. Considera-se que estes quadros teórico-epistemológicos implicam novos olhares sobre os discursos e práticas jornalísticas. Com essa proposta, o trabalho se organiza em três partes: a primeira discute a contribuição da teoria ecológica para a compreensão dos meios de comunicação na contemporaneidade; a segunda, trata do processo de midiaticização da sociedade e de suas práticas sociais; a terceira, define a narrativa jornalística transmídia. Por fim, apontam-se caminhos possíveis para pensar o jornalismo transmídia sob a perspectiva do ecossistema midiático e do processo de midiaticização da sociedade.

Palavras-chave

mediatização; jornalismo transmídia; ecologia da mídia.

Introdução

Segundo o pesquisador Carlos Scolari, as redes digitais foram responsáveis por acelerar os fluxos de informação ainda mais do que a eletricidade foi capaz, no século XIX, com o telégrafo. Essa aceleração implica, entre outras coisas, a fragmentação das experiências culturais e a emergência de novas formas de comunicação. “Ser nômade, mover-se, não só em sentido físico, é talvez a forma que temos de nos adaptarmos a essa nova ecologia midiática. Em um entorno tão fluido, manter-se quieto, não ser nômade, é como afundar” (2016, online, tradução nossa) No texto, o pesquisador falava de si mesmo – enquanto um migrante que passou por vários países, colecionando diferentes influências acadêmicas e de vida. Contudo, poderia estar falando do jornalismo.

Ser nômade, fluido, em constante movimento, faz parte do fazer jornalístico: do analógico ao digital; da máquina de escrever aos notebooks, smartphones, *tablets*; de um perfil profissional especializado a um perfil multimídia, polivalente; da grande reportagem impressa à grande reportagem multimídia. Ao longo dos tempos, organizações e jornalistas tiveram que se adaptar a novas formas de comunicar-se e de fazer cumprir seu papel social,

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, no XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Membro do GP Comunicação Institucional e Organizacional (CNPq). Jornalista no Instituto Federal Farroupilha (IFFar). caroltweber@gmail.com

apropriando-se de tecnologias que não são apenas ferramentas para a execução de um trabalho, mas configuram-se como novos meios, entornos culturais, ao gerar formas de interação. Hoje, com a aceleração dos fluxos e processos, a capacidade de adaptação e mudança é mais valorizada que nunca.

Enquanto instituição integrante do ecossistema midiático atual, formado pelos meios de comunicação e suas relações entre si e com a sociedade, o jornalismo é afetado pelas linguagens dos meios e tecnologias que possibilitam suas práticas. Dentre os exemplos de práticas típicas desse ecossistema, que reconfigura, entre muitas outras coisas, a construção narrativa noticiosa, destacamos o jornalismo transmídia - que, ao agregar diversas características do meio digital, como a hipermultimedialidade, a interatividade e a contextualização, renova o que o jornalismo faz desde sempre: contar histórias.

Para pensar essa produção, neste artigo de revisão teórica discutimos as perspectivas da *Media Ecology* e da midiatização da sociedade e de suas práticas sociais, a fim de refletir sobre a contribuição dessas abordagens como contexto para analisar as narrativas jornalísticas transmídia, não só como formatos narrativos, mas como práticas que exigem estratégias específicas por parte das organizações de mídia.

A partir da concepção ecológica dos meios, adotamos para esta pesquisa a perspectiva da midiatização como matriz conceitual para o estudo do digital enquanto tecnologia e cultura que caracteriza o ecossistema midiático contemporâneo, tendo como fator desencadeador as novas configurações dos meios de comunicação, conforme proposta de Barichello, Carvalho e Rublescki (2013). Segundo as autoras, não é mais possível pensar a comunicação deslocada do ambiente midiatizado.

Essa aproximação faz parte de uma pesquisa mais ampla, em nível de doutorado, que objetiva contribuir com a investigação de formas narrativas nativas das ambiências digitais.

1 Ecologia da mídia: teoria transmídia

A *Media Ecology* é apontada como uma perspectiva teórico-epistemológica abrangente, que se ocupa das relações entre os meios até as transformações na percepção e cognição dos sujeitos em contato com as tecnologias da comunicação. Por sua abordagem não limitar-se a um período ou meio específico, Scolari (2015) a define como uma *teoria transmídia* cuja reflexão inicia “[...] com a aparição da linguagem, segue com a transição da oralidade à escrita, chega até nossos agitados dias de vida digital e, em algumas ocasiões,

não se priva de delinear cenários futuros” (p. 14, tradução nossa). Segundo o autor, na última década o enfoque ecológico vem tomando força para o estudo dos processos midiáticos, caracterizados por meios digitais interativos e processos de convergência e hibridação.

De forma resumida, a metáfora ecológica aplicada à comunicação aceita pelo menos duas interpretações: (1) os meios como ambientes e (2) os meios como espécies (SCOLARI, 2015). A primeira diz respeito à dimensão ambiental da ecologia midiática e pode ser resumida em uma ideia básica: as tecnologias geram ambientes que afetam os sujeitos que as utilizam, modelando sua percepção e cognição. A segunda, por meio de um enfoque holístico, entende os meios como espécies que vivem em um mesmo ecossistema.

A metáfora ecológica tem origem nos anos 60³, a partir de autores de uma corrente de pesquisas conhecida como Escola de Toronto⁴, os quais defendiam, em linhas gerais, que a comunicação deveria ser entendida como um processo que se dá em estreita sintonia com o meio cultural circundante (CASTRO, 2014). O mais célebre de seus representantes, Marshall McLuhan, tornou conhecidos alguns preceitos dessa corrente por meio de polêmicos (e muitas vezes, incompreendidos) aforismos. Um dos mais famosos, “o meio é a mensagem”, chama a atenção para a compreensão do meio como envoltório cultural, reconfigurador do contexto em que se insere. Em entrevista publicada no periódico *Sessões do Imaginário*, Eric McLuhan, pesquisador e filho de Marshall McLuhan, procura aclarar os significados contidos nesse aforismo com uma analogia à tecnologia dos automóveis. A introdução desta na sociedade faz surgir uma série de necessidades: para se ter carros circulando, é preciso estradas, combustível, garagens, políticas de trânsito, preocupações com a poluição, uma organização de vida social relacionada à prática de dirigir. Todas essas mudanças e adaptações, e não o carro em si (enquanto tecnologia de locomoção), são o meio e são a mensagem. Da mesma forma, “[...] o meio da televisão ou o meio dos computadores não são a televisão ou o computador, o meio deles são todas as mudanças que ocorrem nos negócios, por exemplo, são todas as mudanças que ocorrem na vida social e na escola... Esse é o meio! Essa é a mensagem!” (VILELA; NUNES, 2011, p. 3).

³ A visão ecológica dos meios foi oficialmente introduzida por Neil Postman, em 1968, durante uma conferência - mas o próprio pesquisador reconhece que, no início da década, Marshall McLuhan já havia lançado os preceitos da perspectiva em suas obras *The Gutenberg Galaxy* (1962) e *Understanding Media* (1964). Contudo, segundo Scolari (2014), não há dúvida de que, com o primeiro, “[...] se produz o salto da metáfora à teoria, ou melhor, o deslocamento de um uso meramente metafórico do término ao início de uma delimitação de um campo científico determinado” (p. 14, tradução nossa).

⁴ Castro (2014) cita como principais membros da corrente teórica conhecida como Escola de Toronto, além de Marshall McLuhan: Harold Innis, Northrop Frye, Edmund Snow, Eric Havelock, Walter J. Ong, Neil Postman, Derrick de Kerckhove, Robert Logan e Eric McLuhan.

Na mesma entrevista, o pesquisador propõe que se imagine como seria se, de uma hora para a outra, não fosse mais possível utilizar *smartphones*: todos os hábitos relacionados aos usos e apropriações dessa tecnologia precisariam mudar, ou desaparecer, enquanto novos surgiriam. Uma vez que “[...] toda nova tecnologia acarreta uma nova cultura e uma nova maneira de imaginar e uma nova maneira de se relacionar com as pessoas” (VILELA, NUNES, 2011, p.7), são essas mudanças, que ocorrem com a introdução ou com o hipotético desaparecimento dos *smartphones*, o que se entende por meio.

O entendimento do meio de comunicação, mídia ou *medium*⁵ como ambiente cultural, é reforçado por Sodré (2013). Para o autor, mídia não é o mero dispositivo técnico, nem “canal” ou “veículo”, mas uma canalização, um fluxo comunicacional cuja lógica de funcionamento pode tornar-se uma ambiência. Portanto, um webjornal, que envolve conteúdo, linguagens e modos de fazer específicos, inseridos em um complexo sistema de relações de uma organização e de uma instituição social⁶, é a mídia, enquanto o computador, *tablet* ou *smartphone* são apenas as formas pelas quais ele é acessado.

Para Renó (2014), estudar a comunicação a partir da perspectiva ecológica vai muito além de descobrir até quando um meio pode sobreviver, mas compreender como se consolida a relação entre a sociedade e os meios, em uma diversidade midiática onde há espaço para novas e velhas mídias – que não desaparecem, se transformam. Implica levar em conta tecnologias, linguagens e as apropriações que indivíduos e organizações fazem delas, sempre em conjunto. Ao distanciar-se do entendimento das mídias como meras transportadoras de mensagens, uma vez que estas possuem “formidável capacidade de formatar o conteúdo de acordo com suas lógicas ou gramáticas próprias, influenciando no modo como é recebido e processado” (CASTRO, 2014, p. 184) e propor um enfoque integrado para o estudo dos meios, a *Media Ecology* dialoga com os estudos sobre a midiaticização, que propõem uma nova compreensão sobre a importância da mídia como algo que não pode ser pensado isoladamente da cultura e da sociedade – assunto da próxima seção deste trabalho.

⁵ Nesta pesquisa, meios de comunicação e mídias são considerados sinônimos.

⁶ Vale esclarecer que organização e instituição social são conceitos que não se confundem. A instituição está acima da organização, sendo esta última a manifestação empírica da primeira. Especificamente no âmbito jornalístico, conforme proposta de Guerra (2005), entende-se por instituição o conceito, os princípios e a função da atividade jornalística que, a partir da definição de características universalizáveis, delimita o que pode ser entendido e/ou identificado como jornalismo. Por sua vez, as organizações, por meio de recursos de infraestrutura, tecnológicos e humanos, são as responsáveis por materializar tal conceito, princípios e função, assumindo particularidades que não são universalizáveis, por estarem ligadas a um modo próprio de produção.

2 Miatização como contexto para o estudo da comunicação contemporânea

No final do século XX, Eliseo Verón, a partir do entendimento dos meios de comunicação por uma abordagem sociológica⁷, definiu comunicação midiática como “[...] essa configuração de meios de comunicação resultantes da articulação entre dispositivos tecnológicos e condições específicas de produção e de recepção, configuração que estrutura o mercado discursivo das sociedades industriais” (1997, p. 13). Na mesma pesquisa, o autor observa um contexto de mudanças aceleradas, impulsionadas pela evolução das tecnologias e pelo crescimento da demanda por informação. É sob tais condições específicas – sociedades altamente industrializadas, globalização, evolução dos dispositivos tecnológicos e dos processos midiáticos - que identifica-se o início do processo de miatização da sociedade e de suas práticas.

Para Verón (1997), o conceito de miatização permite pensar, de forma integrada, múltiplos aspectos da transformações sociais das sociedades industriais que até então eram discutidos de forma dispersa. Processos de comunicação não são mais analisados como lineares entre causa e efeito, mas como um emaranhado de circuitos de *feedback* entre instituições, meios e atores individuais (indivíduos membros de uma sociedade, inseridos em complexas relações sociais) que o autor apresenta em um esquema que se tornou o marco conceitual da reflexão sob essa perspectiva. Dessa forma, como destaca Fausto Neto (2008), os estudos da miatização têm interesse nos modos de estruturação e funcionamento dos meios em suas dinâmicas sociais e simbólicas.

Em estudos mais recentes, Hjarvard (2014), caracteriza a miatização como a condição social contemporânea em que a mídia, onipresente, se torna parte do funcionamento das instituições e dos processos sociais e culturais, fazendo-os mudar de caráter, função e estrutura, passando a operar conforme as lógicas da mídia. De acordo com o autor, a mídia alcançou o status de uma instituição independente que fornece os meios pelos quais as demais instituições e atores se comunicam. Esses meios influenciam e intervêm em praticamente todos os âmbitos da vida social – na família, na política, na religião, etc. – e oferecem um espaço público para debate e interação da sociedade.

⁷ A partir de uma abordagem sociológica, Verón define meio de comunicação como “um dispositivo tecnológico de produção-reprodução de mensagens associado a determinadas condições de produção e a determinadas modalidades (ou práticas) de recepção destas mensagens” (1997, p. 12), revestido de uma dimensão coletiva. Para ser *de comunicação*, o meio deve proporcionar um acesso plural às mensagens das quais é suporte – o que acontece sob certas condições, majoritariamente econômicas.

Fausto Neto (2008) explica que o conceito de midiaticização se estruturou paralelamente ao desenvolvimento das tecnologias e suas conseqüentes transformações sociais oriundas das novas formas de interação. Um dos aspectos centrais para se compreender esse processo é a noção de protagonismo das mídias, entendidas na contemporaneidade não mais como aparatos tecnológicos, mas como meios, operando, no âmbito das práticas sociais, conforme dinâmicas de operações de sentido. Essa mudança de perspectiva marca a transição da cultura massiva para a midiática (MATTA, 1999), ou da sociedade dos meios para a sociedade da midiaticização (FAUSTO NETO, 2008).

No primeiro cenário, predominante nos estudos da comunicação até a década de 90, a mídia é analisada como detentora de certa centralidade, mas enquanto articuladora entre os campos sociais, dividindo com estes a tarefa da produção de inteligibilidades. Ou, ainda, como subsistema a serviço de uma ação social organizada, imbuída de um papel representacional; os meios de comunicação como aparelhos ou instrumentos de poder. (VERÓN, 1997; MATTA, 1999; FAUSTO NETO, 2008).

No segundo, a emergência de uma cultura midiática, segundo Matta (1999), é observada a partir da remodelação das interações e práticas sociais assinaladas pela existência dos meios. Segundo a autora, essa noção de cultura não se refere apenas a uma mudança relacionada a um espaço de tempo, mas a um novo modo de pensar que recoloca os meios no centro da sociedade enquanto “marca, modelo, matriz, racionalidade produtora e organizadora de sentido” (p. 85, tradução nossa), e não mais como transportadores de mensagens ou espaços de interação entre produtores e receptores.

Em consonância com as observações da pesquisadora argentina, Fausto Neto (2008) distingue como marca da mudança da sociedade dos meios para a sociedade da midiaticização o novo papel da mídia como “[...] referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais” (p. 93), independente das dinâmicas e práticas sociais de outros campos. Trata-se de outra era, organizada sob a consciência de uma sociedade e cultura estruturadas pela comunicação midiática.

Destaca-se, ainda, a noção da midiaticização como um ambiente no qual produtores e consumidores fazem parte de uma mesma realidade de fluxos, que permite conhecimento e reconhecimento simultâneos, formado por estratégias e modos de interação proporcionados pelas tecnologias (FAUSTO NETO, 2008). Sodré (2013) identifica essa interação como “tecnointeração”, caracterizada por um *medium* que constitui uma nova tecnologia com

dimensão societal – cuja lógica pode transformar-se em ambiência. Para este último, a midiatização, enquanto “uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional” (p. 22), não abrange a totalidade dos campos sociais, mas ocorre na “articulação hibridizante” das instituições com as organizações de mídia. A midiatização também implicaria uma qualificação particular da vida, um quarto *bios* ou âmbito onde se desenrola a existência humana segundo a classificação aristotélica das formas de vida (sendo os outros: *bios theoretikos*, referente à vida contemplativa; *bios politikos*, vida política; e *bios apolaustikos*, vida prazerosa, vida do corpo). Esse novo *bios* tem a tecnocultura, cultura da simulação ou do fluxo, como qualificação cultural (SODRÉ, 2013).

No contexto da tecnocultura, a própria natureza do espaço público é modificada ao se ver tomada por formas de representação do real que interagem e expandem a dimensão na qual se movimentam os sujeitos sociais. Ao provocar novas formas de perceber e pensar a realidade, impulsionadas pelo acesso simultâneo e global à informação e ao acesso a ambientes artificiais e interativos, a midiatização torna “compossíveis” outros mundos, outros regimes de visibilidade pública (SODRÉ, 2013).

Por fim, uma vez que a midiatização implica o reconhecimento de que as formas como a sociedade se comunica, se reproduz e se transforma são redesenhadas a partir da emergência das tecnologias de produção e transmissão de informação, Matta (1999) indica que, sob essa perspectiva, não se deve pensá-las desvinculadas dos processos econômicos e políticos que as viabilizam, assim como dos usos (materiais ou simbólicos) e interações entre produtores e consumidores.

3 Jornalismo transmídia: prática inserida no ecossistema midiático atual

Conforme aponta Salaverría (2015), buscar formas criativas de explorar todo o potencial comunicativo das ferramentas digitais estaria entre as formas de renovação que devem ser buscadas por jornalistas e organizações para fornecer informação de qualidade. O autor destaca que atualmente, como nunca antes, o jornalismo conta com múltiplas possibilidades de cumprir sua função social, uma vez que as redes digitais aumentaram as possibilidades de produção de jornalismo de qualidade. “Elas permitem uma documentação melhor, a diversificação das fontes e dos enfoques, aumentando os mecanismos de correção, possibilitando publicar ciclos editoriais tão longos como simultâneos” (SALAVERRÍA, 2015, p. 83). Uma das possibilidades estaria no desenvolvimento das

narrativas transmídia, que contam com conteúdos diferenciados convergindo para um mesmo fim: contar uma história por meio da hibridação de linguagens, formatos e plataformas, sem repetições ou redundâncias.

Para Scolari (2016), as narrativas transmídia podem ser caracterizadas (1) por tratarem-se de histórias contadas em muitos meios e plataformas, com conteúdos diferenciados convergindo para um mesmo fim; (2) por contarem com a participação dos fãs na expansão narrativa, os quais criam seus próprios conteúdos, tanto em portais específicos como nas mídias sociais - característica que ele destaca como a mais interessante. Tal prática não é nova - porém, assume uma nova visibilidade no contexto da sociedade midiática e atual ecossistema midiático: “[...] a transmídia representa uma configuração de lógicas mais antigas da indústria (como licenças e franquias), adotando frequentemente novas plataformas e novas ideias sobre engajamento do público em direção a objetivos familiares.” (FORD; GREEN; JENKINS, 2014, p. 172-173).

Para Ford, Green e Jenkins (2014), a narrativa transmídia é baseada em esforços contínuos para intensificar a serialização, que incluem estratégias para manter leitores comprometidos, capazes de acompanhar cada atualização e de fazer conexões entre os segmentos de informações que compõem a narrativa. Segundo os autores, essa capacidade de serialização e engajamento está diretamente ligada à complexificação das narrativas na contemporaneidade, as quais exploram as capacidades cognitivas do público.

Mesmo referindo-se ao entretenimento, podemos fazer conexões com a produção jornalística. Um exemplo de produção transmídia em série que conquistou engajamento do público é a série *Presidential*⁸, lançada em janeiro deste ano pelo webjornal *WashingtonPost.com*, com a temática da história dos presidentes dos Estados Unidos. A partir de um conteúdo principal (*podcast*), a narrativa é distribuída em páginas do webjornal (publicações sobre os episódios, jogo, quiz, lista colaborativa de leituras), em plataformas que hospedam/distribuem conteúdo de áudio e em perfis próprios criados nas mídias sociais Twitter e Instagram, onde o conteúdo é expandido pelos fãs, que declaram seu amor à série, acrescentam informações e atualizam a narrativa por meio do compartilhamento de fotos, arquivos de áudio, vídeos e montagens.

Canavilhas (2014) aponta que essa capacidade da narrativa de desencadear um processo de participação imediato, por meio de comentários e da distribuição dos conteúdos em mídias sociais, impulsiona o desenvolvimento da notícia transmídia, sendo seu maior

⁸ Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/graphics/business/presidential-podcast/> Acesso em 14 jul. 2016.

diferencial em relação a outros conceitos como *cross media* ou multimídia. A interatividade é marcada pelo autor como característica basilar dessa forma de contar histórias, podendo ser explorada em vários momentos: no usufruto da hipertextualidade, na possibilidade de incorporar novas informações e na disseminação do conteúdo nas mídias sociais.

Em busca de uma definição específica aplicada ao jornalismo, o autor propõe que, para ser considerada transmídia, a narrativa precisa apresentar pelo menos quatro características que se relacionam com fatores do ecossistema midiático: (1) ser multiplataforma, passando obrigatoriamente pela web; (2) ser hipermultimidiática, ofertando itinerários de leitura diferenciados aos leitores; (3) permitir a participação; (4) adaptar-se a contextos possíveis de recepção (CANAVILHAS, 2014). Levando em conta que a narrativa transmídia jornalística implica conteúdos de profundidade e certo tempo de planejamento e produção, o autor destaca que os produtos jornalísticos menos perecíveis são os que irão possibilitar a transmidialização, sendo os mais propícios aqueles nativos do jornalismo para a *web*, como os *newsgames*, infográficos multimídia e a grande reportagem multimídia.

Renó (2014), também com vistas a uma definição relacionada ao jornalismo, propõe um conceito que destaca as mídias sociais digitais e o acesso por meio de dispositivos móveis como essenciais para a produção jornalística transmídia:

Jornalismo transmídia é uma forma de linguagem jornalística que inclui, ao mesmo tempo, diferentes mídias, com diversas linguagens e narrativas de diferentes mídias e para diferentes usuários. Recursos audiovisuais, de comunicação móvel e de interatividade são adotados para a disseminação do conteúdo, incluindo a blogosfera e as redes sociais, os quais incrementam significativamente a circulação do conteúdo. (p. 6, tradução nossa)

De acordo com o autor, a diferença entre o jornalismo transmídia e outras formas narrativas é que este pode tirar vantagem de todas as possibilidades comunicacionais da contemporaneidade, contexto em que a interatividade assume importante papel para a interpretação das mensagens. Apesar das potencialidades de inovação, o autor pondera que a produção de narrativas transmídia ainda se encontra em fase inicial no processo evolutivo das linguagens específicas para a web, demandando mais estudo e prática.

Considerações pontuais

As perspectivas teórico-epistemológicas da *Media Ecology* e da midiatização da cultura da sociedade são contextos ideais para estudar o jornalismo transmídia por diversas

razões. O enfoque integrado de ambas faz com que o jornalismo transmídia possa ser analisado não só a partir do formato narrativo, mas como prática que exige estratégias específicas das organizações – investimento em recursos tecnológicos; formas de atender às demandas dos públicos/olhar atento às tendências de recepção; qualificação das equipes para uma produção multiplataforma; capacidade de apropriação de linguagens para transitar em diferentes ambiências; para citar algumas. Ao mesmo tempo, demanda ações e habilidades específicas dos leitores para expandir o conteúdo narrativo.

A noção do jornalismo como instituição integrante de um ecossistema composto pelas relações entre organizações de mídia e sociedade aponta para a relevância de se refletir sobre as características que surgem, são modificadas, que ganham ou perdem importância no fazer jornalístico em razão dessas interações. Portanto, não é possível pensar em jornalismo transmídia sem relacioná-lo ao ecossistema midiático e à midiatização, pois tratar de narrativa transmídia é tratar da adaptação dos conteúdos a diversas plataformas, da hibridação de velhas e novas técnicas para contar histórias. É também pensar novas formas de interação entre organizações de mídia e seus públicos, a partir da oferta de novas maneiras de ler/ver/ouvir/experimentar uma notícia, possibilitando, em casos mais avançados de exploração dos recursos multiplataforma, o engajamento em ambientes como as mídias sociais.

Referências

BARICHELLO, E. M. M. R.; CARVALHO, L. M.; RUBLESCKI, A. Midiatização como matriz para o estudo do ecossistema midiático contemporâneo. **V Sipecom** - Seminário Internacional de Pesquisa no campo da comunicação, Santa Maria, RS, 2013. Disponível em:

<http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wpcontent/uploads/gravity_forms/1997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/Sipecom_Carvalho_Barichello_Rublescki.pdf> Acesso em 16 jun. 2016.

CANAVILHAS, J. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In: RENÓ et al. **Periodismo transmídia: miradas múltiples**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

CASTRO, G.G.S. Escola de Toronto. In: CITELLI, A. et al. (Org.). **Dicionário da Comunicação: escolas, teorias e autorias**. São Paulo: Contexto, 2014. p. 179-186

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Revista Matrizes**. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da USP. São Paulo, 2008b, ano 1, n. 2. p. 89-105. Disponível em: http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf Acesso em 16 jun. 2016.

GUERRA, J. Instituição e organização jornalística: uma distinção conceitual. **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom XXVIII, Rio de Janeiro, RJ, 2005. Disponível

em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1725-1.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2016.

HJARVARD, S. **A midiatização da Cultura e da Sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

MATA, M. **De la cultura masiva a la cultura mediática**. In: Diálogos de la comunicación. Lima: Felafacs, 1999. P. 80-91.

RENÓ, D. Transmedia Journalism and the New Media Ecology: Possible Languages. In: RENÓ et al. **Periodismo transmídia: miradas múltiples**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

SALAVERRÍA, R. Mídia e jornalistas, um futuro em comum? **Parágrafo**, Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM, v. 1, n. 3, janeiro/junho, 2015.

SCOLARI, C. **Ecología de los médios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015.

SCOLARI, C. **Entrevista en Ined21: transmedia, ecología de los medios y universidad**. Blog Hipermediaciones, 19 jun. 2016. Disponível em: <https://hipermediaciones.com/2016/06/19/entrevista-en-ined21-transmedia-ecologia-de-los-medios-y-universidad/> Acesso em 06 jul. 2016.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2013.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. In: **Revista Diálogos de la Comunicación**, n.48, Lima: Felafacs, 1997.

VILELA, Mateus Dias e NUNES, Ana Cecília. Entrevista com Eric McLuhan. **Sessões do Imaginário**. PUC-RS. Ano XVI | n26 | 2011/2. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/teo/ojs/index.php/famecos/article/view/10941> Acesso em 06 jul. 2016.