



3º Encontro de Pesquisa
em Informação e Mediação

unesp



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA



III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

TRANSMISSÃO MIDIÁTICA E MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA CULTURA DA
CONVERGÊNCIA E NA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Edmilson Alves dos Santos Júnior - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e
Tecnologia (IBICT) e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Wilson Roberto Veronez Júnior - Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Richele Grenghe Vignoli - Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Janaina Fernandes Guimarães Polonini - Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Modalidade da Apresentação: Comunicação Oral

Resumo: A transmissão midiática é a ação em que acontece a propagação e a disseminação da informação com a participação de indivíduos na produção e organização, processo ao qual a mediação da informação é realizada configurando-se na sua disseminação. O estudo tem como objetivo apresentar intercorrências da transmissão midiática no contexto da cultura da convergência e da mediação da informação na Ciência da Informação. Com isso, a pesquisa justifica-se na necessidade em discutir as formas pelas quais, sujeitos informacionais constroem informação e, do mesmo modo, medeiam seus conteúdos na *web*. Esta pesquisa é de natureza bibliográfica, qualitativa e descritiva. O levantamento bibliográfico foi realizado na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação, Scielo e *Google Scholar*, compreendendo todo o período disponível nos sites de pesquisa sobre os temas. Os resultados demonstram as práticas de mediação, divulgação e promoção da informação na transmissão midiática e as suas contribuições para o compartilhamento da informação, propiciando reflexões a respeito desses fatos, os quais podem fornecer um conjunto de elementos para futuras investigações no âmbito da Ciência da Informação e áreas afins. Acredita-se que no compartilhamento da informação decorrente da transmissão midiática e da mediação da informação, seja possível identificar a participação efetiva e a interação direta dos indivíduos na criação de conteúdos em diferentes plataformas midiáticas. No processo de relação entre mídias e indivíduos, e de construção e compartilhamento de informação, coube a esse estudo apresentar elementos para futuras reflexões acerca dessas questões na perspectiva da cultura da convergência, mediação da informação e Ciência da Informação.

Palavras-Chave: Mediação da Informação. Transmissão Midiática. Mediação da Informação e Transmissão Midiática. Ciência da Informação e Cultura da Convergência.

***MEDIA TRANSMISSION AND MEDIATION OF INFORMATION IN THE CULTURE OF
CONVERGENCE AND IN INFORMATION SCIENCE***

Abstract: Media transmission is the action in which the propagation and dissemination of information takes place with the participation of individuals in the production, organization, process to which the mediation of information takes place, configuring itself in its dissemination. The study aims to present complications of media transmission in the context of the culture of convergence and mediation of information in Information Science. Thus, the research is justified in the need to discuss the ways in which informational subjects construct information and, in the same way, mediate their content on the web. The aim of this study is to describe how mediation of information occurs in media transmission within the culture of convergence through different devices and media, in addition to proposing a theoretical reflection on these practices in Information Science. This research is

bibliographic, qualitative and descriptive. The bibliographic survey was carried out in the Reference Database of Articles of Journals in Information Science, Scielo and Google Scholar, covering the entire period available on the research sites on the topics. The main results demonstrate the practices of mediation, dissemination and promotion of information in media transmission and their contributions to the sharing of information, providing reflections on these facts, which can provide a set of elements for future investigations in the scope of Science Information and related areas. It is believed that in the sharing of information resulting from media transmission and mediation of information, it is possible to identify the effective participation and direct interaction of individuals in the creation of content on different media platforms. In the process of the relationship between media and individuals, and the construction and sharing of information, it was up to this study to present elements for future reflections on these issues from the perspective of the culture of convergence, information mediation and Information Science.

Keywords: Information Mediation. Media Broadcast. Information Mediation and Media Transmission. Information Science and Convergence Culture.

TRANSMISIÓN MEDIÁTICA Y MEDIACIÓN DE INFORMACIÓN EN LA CULTURA DE LA CONVERGENCIA Y EN LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Resumen: Los medios en la cultura de la convergencia se transforman con el tiempo, ya sea en términos físicos y digitales o mediante las Tecnologías de la Información y Comunicación. El estudio tiene como objetivo presentar las complicaciones de la transmisión mediática en el contexto de la cultura de la convergencia y mediación de la información en las Ciencias de la Información. Así, la investigación se justifica en la necesidad de discutir las formas en que los sujetos informativos construyen información y, de la misma forma, median su contenido en la web. El objetivo de este estudio es describir cómo se da la mediación de la información en la transmisión mediática dentro de la cultura de la convergencia a través de dispositivos y medios, además de proponer una reflexión teórica sobre estas prácticas en las Ciencias de la Información. Esta investigación es bibliográfica, cualitativa y descriptiva. Relevamiento bibliográfico se realizó en Base de Datos en Ciencias de la Información, Scielo y Google Scholar, cubriendo todo el período disponible en los sitios de investigación sobre los temas. Los resultados evidencian las prácticas de mediación de la información en la transmisión mediática y aportes al intercambio de información, aportando reflexiones sobre estos hechos, que pueden aportar un conjunto de elementos para futuras investigaciones en el ámbito de la Información. Se cree que en el intercambio de información resultante de la transmisión de los medios y la mediación de la información, es posible identificar la participación efectiva y la interacción de los individuos en la creación de contenido en diferentes plataformas. En el proceso de la relación entre medios e individuos, y la construcción de información, este estudio se encargó de presentar elementos para reflexiones sobre estos temas desde la perspectiva de la cultura de la convergencia, la mediación de la información y las Ciencias de la Información.

Palabras-Clave: Mediación de información. Difusión de medios. Mediación de información y transmisión de medios. Ciencia de la información y cultura de la convergencia.

1 INTRODUÇÃO

Na relação entre sujeito informacional e mídia na cultura da convergência, a mediação da informação no contexto dos suportes midiáticos e no escopo da Ciência da Informação (CI) demonstra sua interdisciplinaridade, essencialmente com as Ciências da Comunicação. Nesse sentido, Saracevic (1995, 1996) e Borko (1968) reforçam a interdisciplinaridade da Ciência da

Informação com a Arquivologia, Biblioteconomia, Comunicação, Documentação, Filosofia, Matemática, Psicologia e outras ciências.

Porquanto, parece condizente aproximar a Ciência da Informação, que tem como objeto de estudo a informação, com a cultura da convergência, temática proveniente essencialmente da Comunicação, com o compartilhamento decorrente dos processos midiáticos, de igual interesse para ambas as disciplinas. A cultura da convergência se configura como um campo de estudos que possibilita compreender as narrativas construídas nas mídias contemporâneas originadas a partir das transformações midiáticas (JENKINS, 2009). As transformações midiáticas possibilitam convergência entre diversas mídias, sejam corporativas ou alternativas, em que interações entre o produtor e o consumidor se realizam espontaneamente e de modo imprevisível.

A possibilidade de entrelaçamento entre diferentes mídias e por pessoas distintas localizadas em lugares diversos incita Jenkins (2009), a desenvolver o termo cultura da convergência como modo de compreender a dinâmica e o poder das narrativas. Com o surgimento de diferentes plataformas digitais de produção de conteúdos gratuitos houve crescimento do número de pessoas interessadas em disseminar informações por meio de suas produções caseiras ou não profissionais. Um exemplo pode ser visualizado na plataforma do *YouTube*, a qual indivíduos utilizam para a gravação de seus vídeos de forma independente ou por intermédio de um canal coletivo. No *YouTube*, indivíduos acessam, constroem, organizam, classificam, representam, divulgam e promovem conteúdos com a possibilidade de se tornarem emissor e/ou receptor de informação por meio de dispositivos eletrônicos, digitais e virtuais.

Muitos sujeitos informacionais se tornam produtores de conteúdos por meio da apropriação de canais na *web*, e com uso de equipamentos e ferramentas diversas medeiam e disseminam gratuitamente (ou não) suas informações. Nesse sentido, esses equipamentos/dispositivos na *web* se tornam uma importante ferramenta de mediação da informação.

Essas ferramentas (dispositivos eletrônicos, digitais e virtuais) possibilitam a troca de ideias e de experiências entre o emissor (produtor) e o receptor (leitor/telespectador), além da produção de conteúdos, igualmente pelo receptor. Muitos desses conteúdos são reinterpretados e reconstruídos e transmitidos por outros meios digitais, no que se denomina na cultura da convergência por transmissão midiática (JENKINS, 2009).

Entre esses contextos, o estudo tem como objetivo apresentar intercorrências da transmissão midiática no contexto da cultura da convergência e da mediação da informação na Ciência da Informação. Com isso, a pesquisa justifica-se na necessidade em discutir as formas pelas quais, sujeitos informacionais constroem informação e, do mesmo modo, medeiam seus conteúdos na *web*.

O estudo tem como método a pesquisa bibliográfica em que a revisão de literatura foi realizada na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), Scielo e *Google Scholar*, compreendendo as temáticas da cultura da convergência, transmissão midiática e mediação da informação no âmbito da Ciência da Informação. A pesquisa tem abordagem qualitativa e divide-se entre a seção 2 Cultura da convergência, seção 3 Mediação da informação, seção 4 Transmissão midiática como transmissão da informação na cultura da convergência, seção 5 Transmissão midiática e mediação da informação na cultura da convergência e Ciência da Informação e 6 considerações finais.

Essa nova cultura emergente que proporciona a interação entre os seres humanos e a mídia, ou seja, consumidores e produtores, oriunda dos avanços tecnológicos, possibilitou vislumbrar formas de mediação da informação em uma mescla de diferentes plataformas midiáticas que se convergem constituindo-se em uma contribuição aos estudos da Ciência da Informação.

2 CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Dissertar a respeito da cultura da convergência possibilita arquitetar acerca dos meios de comunicação embutidos nessa espécime de cultura instituída nos estudos de comunicação. Os estudos em comunicação tornaram-se mais visíveis a partir da Teoria Matemática da Comunicação (TMC) dos engenheiros Claude Elwood Shannon (1916-2001) e Warren Weaver (1894-1978) de 1948. Apesar das críticas sofridas decorrentes de sua análise unicamente física e quantificável da comunicação, Shannon e Weaver abriram caminho para novos estudos a respeito do processo comunicacional (MATTELART; MATTELART, 1999), igualmente investigado na Ciência da Informação.

Seguindo a trajetória dos estudos acerca da Comunicação e Tecnologia, em 2004, “Christien Licoppe, sociólogo e especializado em história e sociologia da ciência e da tecnologia, apresenta o conceito de presença conectada como um novo repertório para administrar as relações sociais numa sociedade inundada pela tecnologia digital.” (PASSARELLI, 2014, p. 4).

Em 2006, Henry Jenkins, fundador e diretor do Programa de Estudos de Mídia Comparada do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) observou a relação da tecnologia e da comunicação “[...] chamando a atenção para o hibridismo entre elas e introduzindo o conceito de narrativa transmídia para os conteúdos que transitam em todas as mídias, em diferentes segmentos e formatos.” (PASSARELLI, 2014, p. 4). Assim, Jenkins lança seu livro sobre a cultura da convergência.

A cultura da convergência representa uma modificação na forma como indivíduos são vistos e participam no processo de comunicação, em que se destaca a capacidade e autonomia que cada um possui para produzir novas mensagens/informações (MARTINO, 2017). As práticas narrativas de coexistência e colisão dos conteúdos gerados na cultura da convergência são de inúmeras temáticas, desde músicas, poemas, contos, *sites*, *blogs* e principalmente narrativas ficcionais (*fanfiction*). As *fanfictions* são criadas por fãs, objetivando o desenvolvimento de outras novas narrativas a fim de contar histórias inovando o enredo proposto pelo autor da trama original (SILVA; SABBAG; GALDINO, 2017).

Os produtores de *fanfiction* estão inseridos em *fandoms*, que “[...] são comunidades de fãs (produtores de conteúdo) que compartilham produtos, experiências e trabalhos de seu objeto de veneração.” (SILVA; SABBAG; GALDINO, 2017, p. 1258). Esses fãs recriam histórias materializando-as em diversos dispositivos, como em: jogos (digitais ou físicos); narrativas midiáticas (filmes, *trailers*, clipes); *sites* e *blogs*; narrativas ficcionais: (*fanfictions*), revistas, gibis, livros em formato de contos, poemas, poesias, músicas, textos e outros.

No caso das comunidades de fãs há colaboração entre os mais velhos para auxiliar os escritores novos, ou mais jovens. Existem *sites* de apoio aos escritores como o *Sugar Quill*¹, uma ferramenta de acesso aberto na *web* com narrativas ficcionais, criado por fãs adeptos de diversas temáticas. Em *recursos* como esse, a história é enviada para publicação e recebida por um leitor voluntário que se torna responsável por uma leitura prévia chamada de beta. Segundo Jenkins (2009), os leitores betas comentam que desejam que esses espaços se tornem um lugar em que a *fanfiction* possa ser lida e apreciada por outros leitores. Os leitores nesse contexto estão prontos para ouvirem elogios ou críticas com alguma edição técnica, pois esses conteúdos serão disseminados para outros fãs.

Portanto, compreende-se que na cultura da convergência, mídias tradicionais se colidem com as mídias atuais recriando narrativas e assumindo novas histórias, que tem como

¹ Disponível em: www.sugarquill.net. Acesso em: 28 jan. 2021.

III ENCONTRO DE PESQUISA EM INFORMAÇÃO E MEDIAÇÃO (III EPIM)

07 e 08 de Junho de 2021

produtores de conteúdo, pessoas interessadas em diversos assuntos/temas, além de fazerem uso de variados meios para mediar e disseminarem suas informações.

No quadro 1, as principais características da cultura da convergência em comunidades de fãs:

Quadro 1 – Principais características da cultura da convergência em comunidades de fãs

CULTURA DA CONVERGÊNCIA	
● Requisitos	Fluxo de conteúdos; Múltiplas plataformas de mídia; Cooperação entre múltiplos mercados midiáticos; Comportamento migratório (cultura) dos públicos dos meios de comunicação.
● Público (produtores)	Indivíduos de qualquer gênero e opção sexual (crianças, jovens, adultos e idosos), em que o ponto principal é ser fã de narrativas culturais originais ou não, assim, criando grupos de fãs conhecidos como (fandoms), entre outros grupos de indivíduos que também produzem conteúdos na cultura da convergência.
● Produtos	Jogos (digitais ou físicos); Narrativas midiáticas (filmes, trailers, clipes); Sites e blogs; Narrativas ficcionais: (<i>fanfictions</i>), revistas, gibis, livros em forma de contos, poemas, poesias, músicas e textos. Todos os formatos possíveis e transmitidos por todas as plataformas, podendo ser ou não midiática (independentemente da mídia).
● Destino das produções	Fãs de todas as idades e gêneros, adeptos ou não de apreciar novas narrativas adaptadas e/ou ficcionais.
● Contribuições para a sociedade	Práticas de reescrever novas histórias por meio de narrativas ficcionais ligadas com contribuições educativas, cooperação no letramento da criança e aprimoramento da leitura e da escrita de adolescentes, jovens e adultos; Produção de informação e conhecimento; Possibilidade de transmissão de informação e conhecimento por qualquer indivíduo profissional ou amador; Mediação da informação e do conhecimento desenvolvidos.

Fonte: Elaborados pelos autores (2021).

O Quadro 1 demonstra as principais características e contribuições da cultura da convergência na sociedade, o que possui relação próxima com a transmissão midiática e mediação da informação, conforme preceitos da Ciência da Informação.

Na cultura da convergência essa transmissão ocorre em dois contextos narrativos, caracterizado de narrativa transmídia e narrativa *crossmedia*. A narrativa transmídia trata de “[...] uma história que se desdobra em várias plataformas e formatos, cada uma delas trabalhando em sua própria linguagem [...]” (MARTINO, 2017, p. 38). Ou seja, as narrativas se materializam de maneira independente umas das outras. Já a narrativa *crossmedia* é representada por conteúdos em diferentes formatos e plataformas, para a formação de narrativas compreensíveis em que é necessário que os conteúdos se completem, sendo cada parte dependente uma da outra. São também formas de transmissão utilizadas pela grande

indústria das mídias por produtores de conteúdos amadores, que recriam as mensagens, no geral fãs, indivíduos que se dedicam a expressar sua admiração por uma pessoa, grupo, ideia, conteúdo ou mesmo um objeto inanimado, em que há o desejo em compartilhar suas ideias. Tanto a narrativa transmídia quanto a crossmedia são utilizadas na mediação da informação.

3 A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO

A mediação no contexto deste estudo está voltada para a derivação da informação virtual, em que os sujeitos informacionais por meio de equipamentos tecnológicos, se apropriam da informação para produzirem novos conteúdos e disseminarem para a comunidade a qual esse sujeito está inserido.

Muitos desses sujeitos informacionais são mediadores de informação, assim como utilizam de dispositivos tecnológicos distintos como ferramentas para mediar seus conteúdos informacionais produzidos. Assim, nas palavras de Fachin (2012, p. 27), “[...] o mediador tem um papel importante nesse processo de mediação da informação, ele usa seus conhecimentos para criar ferramentas facilitadoras de acesso aos acervos informacionais, destinados a públicos distintos.”

No âmbito da Biblioteconomia e Ciência da Informação, o conceito de mediador da informação consiste na atividade realizada por arquivistas, bibliotecários e museólogos, isto é, profissionais da informação. No entanto, neste contexto e nesse estudo, a ideia de mediador da informação é tratada como uma prática abrangente, e não específica, como no caso das áreas mencionadas, na cultura da convergência e Ciência da Informação.

Em linhas gerais, por mediador, compreende-se aquele sujeito que atua na intervenção de determinados litígios judiciais (advogados/defensores públicos); no processo de ensino-aprendizagem (professores/tutores/educadores/psicólogos); em relações diplomáticas (embaixadores/parlamentares); entre outros profissionais que procuram dirimir determinados conflitos ou intervir em processos que requeiram a presença de um intermediário - um conciliador entre as partes envolvidas (GONDIM; LEURQUIN, 2017).

Na Educação, por exemplo, segundo Silva (2007), é comum a expressão mediador de aprendizagem, ou o profissional que contribui no aprendizado do aluno e que potencializa formas de acesso ao conhecimento por meio do diálogo e comunicação. Um dos maiores expoentes da noção de mediador e mediação na Educação é o psicólogo russo Lev Vygotsky (1896-1934). Desse modo, nessa perspectiva, segundo Martins e Moser (2012), o mediador é aquele que realiza a mediação semiótica ou interação com o outro, em que as palavras e ações

são empregadas como meio de comunicação ou de interação social com o meio. Esse processo é denominado de sociointeracionismo, que ocorre por intermédio de uma abordagem sócio-histórica ou histórico-cultural. No entendimento de autores da Educação, como Gondim e Leurquin (2017, p. 163), a mediação é a ação realizada pelo indivíduo mais experiente para possibilitar ao sujeito menos experiente, auxílio na realização de determinada atividade. Nesse contexto, o sujeito que auxilia a realização da atividade é denominado mediador.

Segundo Bicheri (2008, p. 94), pesquisadora da Biblioteconomia, o papel de mediador caberá a qualquer indivíduo, independente de sua formação, pois poderá ser “[...] um professor, um padre, um pastor, um escritor, um jornalista, um apresentador de televisão ou rádio, um bibliotecário, um crítico de cinema, entre outros.” Nesse sentido, ressalta-se a intenção em mediar a informação e para qual público e não em específico, quem realizará a ação.

Em perspectiva atrelada aos bens de consumo, segundo Fachin (2013, p. 36), a mediação da informação visada em produtos de consumo tem o propósito de manter o comércio virtual, cujo qual os sujeitos informacionais desses segmentos procuram informações acerca de produtos e serviços para manterem o mercado. Este fato não se limita somente a mediação, pois ocorre no contexto da cultura da convergência, entre pessoas e mídias, e essencialmente na disseminação e reprodução de novas mídias, em que o próprio sujeito e/ou os dispositivos eletrônicos se incubem de mediar a informação para outros indivíduos, tornando-se igualmente, mediadores.

Os sujeitos informacionais se apropriam da informação contida nas mídias e utilizam os dispositivos tecnológicos como suporte de mediação para disseminarem os seus conteúdos reproduzidos e produzidos, aos quais se tornam uma ferramenta importante entre as pessoas e a informação. Vale ressaltar que esses sujeitos não são somente leitores e receptores, mas também, emissores e produtores de novos conteúdos informacionais. Porquanto, a mediação entre sujeitos e informação possui também, finalidade de fomentar e auxiliar, sobretudo, na recuperação da informação de relevância para indivíduos de forma geral (FACHIN, 2013).

É considerável admitir que a mediação é um processo ao qual cabe incluir entendimentos válidos para realizá-la e torná-la possível. Segundo Almeida Júnior (2008, p. 03), importante pesquisador da Ciência da Informação a respeito da temática, a:

Mediação da informação é toda ação de interferência realizada pelo profissional da informação, direta ou indireta; consciente ou inconsciente, singular ou plural; individual ou coletiva; que propicia a apropriação da

informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional.

Como é possível verificar em Almeida Júnior (2008), a mediação da informação se manifesta em múltiplas facetas, apoiada no objetivo último em satisfazer necessidades informacionais. Com esse objetivo, a mediação da informação realizada em bibliotecas, por exemplo, tem como premissa, atender demandas informacionais de seu público, sua comunidade (FACHIN, 2013).

A mediação da informação é área de estudo da Ciência da Informação considerando entre outros enfoques, sua influência na sociedade. De acordo com Almeida Júnior (2015), a mediação da informação é a interferência realizada pelo profissional da informação intencional ou não, no processo de apropriação da informação tendo em vista a necessidade de sujeitos informacionais. Logo, aquele que interfere no processo informacional é o mediador. Considerando Silva (2007), Almeida Júnior (2008, 2015), Almeida Júnior e Santos Neto (2014) Bicheri (2008), e Fachin (2012, 2013), o indivíduo que utiliza as mídias sociais é produtor e mediador de informação.

Segundo Almeida Júnior e Santos Neto (2014), quando consciente da mediação da informação, o profissional da informação realiza um trabalho mais efetivo na apropriação da informação pelo sujeito informacional na criação de novos conhecimentos, a partir de conhecimentos já existentes. A mediação da informação pode ser explícita ou implícita (ALMEIDA JÚNIOR, 2008; ALMEIDA JÚNIOR; SANTOS NETO, 2014), assim como na cultura da convergência. Neste caso, a escolha e edição dos conteúdos a serem disponibilizados ou explícito - em questões levantadas entre os consumidores de produtores de informação.

4 TRANSMISSÃO MIDIÁTICA: A TRANSMISSÃO DA INFORMAÇÃO NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

A abordagem a respeito do processo evolutivo de transformações tecnológicas, não objetiva afirmar que as mídias tradicionais desapareceram ou que as novas mídias tomaram seu lugar, ao contrário, elas se convergem no movimento de que ambas não modificaram sua função principal (JENKINS, 2009). Dessa forma:

A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. (JENKINS, 2009, p. 44).

A convergência midiática é o fluxo de conteúdos por diversas plataformas por intermédio da cooperação dos consumidores nos meios de comunicação, sendo um processo cultural e não tecnológico, uma vez que envolve as mudanças de hábitos de consumo das pessoas (JENKINS, 2009).

No processo da transmissão da informação na cultura da convergência, há especificamente duas formas de compartilhamentos de conteúdos, a Transmidiática (divulgação da informação) e a *Crossmidiática* (promoção da informação), ambas formas de veiculação da informação que estabelecem interação entre emissor e espectador (ou receptor) de acordo com Jenkins (2009). Essa interação “como um espaço entre: uma espacialidade midiática que se distingue da natureza física do espaço pela natureza sígnica de seu sentido fluido, indeterminado, ambivalente, interativo” (FERRARA, 2011, p. 10). Além do mais, “a interação é uma possibilidade, um prognóstico comunicativo de complexas e inusitadas dimensões culturais que fazem envelhecer os antigos temas que nutriam os estudos culturais” (FERRARA, 2011, p. 10).

No mercado midiático, que está em constante desenvolvimento e busca no atendimento das necessidades e desejos de seus consumidores, no âmbito da cultura da convergência, a situação não é diferente. Esse mercado oferta para a população, novos aparelhos tecnológicos e digitais, os quais possibilitam a mediação e mais acesso e compartilhamento da informação de forma ininterrupta. A mediação nesse caso, “se desenvolve como consequência dos meios/suportes, tecnológicos ou não, e se dimensiona como instrumento a serviço de objetivos estranhos à própria manifestação fenomenológica da comunicação” (FERRARA, 2011, p. 3)

O conceito de narrativa transmidiática pode ser claramente visualizado na cultura da convergência por meio de diferentes mídias no intuito de divulgação da informação, pois “é possível incluir como objeto de estudo as extensões em outras mídias que suplementam uma narrativa principal ou que se suplementam mutuamente...” (FIGUEIREDO, 2016, p. 61).

Segundo Martino (2017) com base em McLuhan (2007), existe a ideia de que o autor considera que os meios eletrônicos estendem as possibilidades de conhecimento e comunicação com a realidade. A comunicação eletrônica e as mídias permitem trocas constantes de informações. Os meios de comunicação também permitem conhecer a realidade de diferentes formas, como no título da obra “Os meios de comunicação como extensão do homem” publicado em 2007, que propõe a reflexão de que os meios de

comunicação são extensões da existência, são ampliações dos sentidos em convívio com a realidade que possibilitam ampliar a visão do que o ser humano é capaz de produzir e compartilhar.

Na narrativa transmidiática o propósito repousa na ampliação do tema abordado, visto que na transmídia, um fato se desenvolve por meio de múltiplos suportes midiáticos, cada um no seu contexto contribuindo de maneira distinta para a narrativa. Isso significa que diversas ferramentas são utilizadas para melhorar a estratégia de informação e levar o conteúdo por meio de diferentes equipamentos além de possibilitar o acesso mais fácil e rápido aos usuários. Portanto, com a premissa de que “[...] uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em *games* ou experimentos como atração de um parque de diversões.” (JENKINS, 2009, p. 138). Nessa constante, conteúdos são produzidos e difundidos por uma infinidade de mídias ao mesmo tempo e no mesmo modo ocorre a mediação, por distintos canais informativos.

Jenkins (2009) destaca ainda que a compreensão obtida por meio de diferentes mídias sustenta-se na intimidade de experiências que motivam mais o consumo do receptor, além de que mídias diferentes envolvem mais segmentos de mercados. Esta estratégia é muito utilizada no *Marketing* que não procura apenas demonstrar marcas, mas identificar o público com produtos específicos. No atual momento midiático, a publicidade tenta criar produtos que envolvam os consumidores ao fazer com que estes vivenciem novas experiências, ao ponto de se sentirem envolvidos e participativos na criação desse produto. Trata-se de estratégias de convencimento para a adesão futura desses produtos.

Essa ideia tem como objetivo propor uma interação ampliada entre o criador e o consumidor por meio de muitos recursos que realmente atraiam os consumidores ativos, como quando o indivíduo é o produtor de suas próprias histórias, porém, nesse caso, nem sempre visando lucros financeiros. Jenkins (2009) afirma que ao invés de falar de produtores e consumidores midiáticos como termos separados pode-se definir os telespectadores como participantes que interagem uns com os outros de acordo com novas regras. De todo modo, a intenção na comunicação Transmidiática é a divulgação do conteúdo desenvolvido.

Já na análise da narrativa *Crossmidiática* na promoção da informação, o seu intuito é o de promover o tema da comunicação. Todas as partes do seu conteúdo são compartilhadas por diferentes plataformas, porém uma depende da outra para proporcionar sentido à narrativa como um todo.

Na narrativa *cross* midiática:

O exemplo mais recorrente é a convocação para que o telespectador acesse o site da emissora para obter mais detalhes e informações sobre o conteúdo veiculado na TV, no caso dos programas informativos. Mas também as telenovelas, as séries, os reality shows, todos têm uma página na internet na qual o telespectador poderá encontrar desde blogs com participação de autores à ficha técnica da equipe de produção (MÉDOLA, 2009, p. 4).

Um exemplo é o *Globosat Play* (Conjunto de plataformas digitais de *streaming* de vídeos sob demanda criada e desenvolvida pelo Grupo Globo) e o *site* do *Globo News*, no qual o telespectador pode acessar todas as informações necessárias, o seu programa preferido, assistir novos episódios de séries, filmes, telejornais, novelas e ter mais acesso às notícias e informações em tempo real. Esta estratégia faz com que o usuário possa assistir conteúdos por uma ou por várias mídias conforme lhe convier, como se fosse um catálogo online, isto é, o usuário tem uma determinada autonomia para escolher a programação que deseja assistir na plataforma.

Um meio de veiculação da informação que tende de procurar compreender cada vez mais os consumidores é a indústria televisiva: A indústria da televisão concentra-se cada vez mais em compreender os consumidores que tenham uma relação prolongada e um envolvimento ativo com o conteúdo das mídias e que demonstram disposição em rastrear esse conteúdo no espectro da TV a cabo e outras plataformas. (JENKINS, 2009, p. 104).

Para Jenkins (2009) as pessoas possuem um determinado desejo de buscar novas experiências, novos conteúdos e novas informações em diversas plataformas midiáticas, embora tudo isso dependa muito da participação do consumidor e de como saberão lidar com essas buscas e com o encontro dessas informações.

A sociedade consumidora de informação está interessada nos novos recursos tecnológicos em busca de informação e entretenimento. A cultura da convergência influencia fortemente no processo de relação entre produtores de conteúdo e consumidores que hoje em dia, interagem de forma colaborativa, em benefício de todos. Trata-se de uma cultura social, colaborativa de construção de conteúdos que é também de interesse da Ciência da Informação e da mediação da informação.

4.1 Transmissão midiática e mediação da informação na cultura da convergência e Ciência da Informação

Esta pesquisa compreende o compartilhamento decorrente da mediação e da transmissão midiática da informação, possuindo natureza qualitativa, bibliográfica e

descritiva. Foi realizado um levantamento bibliográfico e leituras norteadoras, visando a compreensão teórica dos conceitos e a fundamentação dos autores citados. Após apresentar e descrever os conceitos de cultura da convergência, informação, mediação, mediação da informação, transmissão midiática (transmídia e Crossmídia), divulgação, promoção e compartilhamento da informação, foram apresentados os principais teóricos que corroboram para a fundamentação da pesquisa.

A prática e a participação desses grupos de produtores de conteúdos (*fandom*, por exemplo), proporciona tanto o aperfeiçoamento de habilidades de escrita e leitura, e especialmente nos jovens, o desenvolvimento sócio-cognitivo, em que “[...] essa aprendizagem torna-se uma trajetória pessoal e singular num espaço complexo de oportunidades [...]” (JENKINS, 2009, p. 257).

Como resultado obtido, acredita-se que uma reflexão a respeito das práticas no contexto da cultura da convergência e da divulgação e compartilhamento da informação por meio da mediação e da transmissão midiática, tenha sido realizada. Portanto, espera-se que este estudo possa contribuir para um conjunto de elementos que gerem novas indagações sobre o tema e propicie futuras pesquisas tanto no âmbito da Ciência da Informação, quanto de áreas afins.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada pode contribuir para o campo da Ciência da Informação, na medida em que apresenta a relevância da produção de conteúdos nas mídias sociais no atual contexto social, que se dá na mediação e disseminação da informação, decorrente do processo da relação entre usuário e mídia.

Na cultura da convergência há interação entre emissor e receptor de conteúdos em processos de construção e compartilhamento de informação. Esses usuários (receptores) se sentem mais independentes para criarem novos conteúdos derivados das grandes mídias (emissores), e se tornam mais autônomos em relação a expressarem as suas ideias e pensamentos no momento de interação com as mídias.

Portanto, no compartilhamento da informação decorrente da transmissão midiática na cultura da convergência é possível identificar a participação efetiva e a interação direta dos indivíduos na criação de novos conteúdos em diferentes plataformas midiáticas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Mediação da informação e múltiplas linguagens. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9., 2008, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: ANCIB, 2008. p. 1-14.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Mediação da informação: um conceito atualizado. *In*: BORTOLIN, S.; SANTOS NETO, J. A.; SILVA, R. J. (org.). **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: ABECIN, 2015. 278p. p.9-32.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F.; SANTOS NETO, J. A. Mediação da Informação e a organização do conhecimento: inter-relações. **Informação & Informação**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 98-116, maio/ago. 2014.
- BICHERI, A. L. A. O. **A mediação do bibliotecário na pesquisa escolar face à crescente virtualização da informação**. 2008. 197 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2008.
- BORKO, H. Information science: what is it? **American documentation**, EUA, v. 19, n. 1, p. 3-5, 1968.
- BROOKES, B. C. The foundations of information science. **Journal of Information Science**, EUA, n. 2, p. 125-133, 1980.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CORREIA, M. C. S.; ZANDONADE, T. O conceito de informação como conhecimento registrado. **RICI: R. Ibero-amer. Ci. Inf.**, Brasília, v. 11, n. 1, p. 83-102, jan./abr. 2018.
- DOMINGUES, I. (org.). **Conhecimento e transdisciplinaridade II: aspectos metodológicos**. Belo Horizonte: UFMG, 2005. 411 p.
- FACHIN, J. Mediação da informação na sociedade do conhecimento. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, Rio Grande, v. 27, n. 1, p. 25-41, jan./jun. 2013.
- FERRARA, L. D. Comunicação, mediações, interações. *In*: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - COMPOS. XX. Porto Alegre/RS, Anais, Trabalho apresentado ao GT de Epistemologia da Comunicação 2011. p. 1 - 13.
- FIGUEIREDO, C. A. P. de. Narrativa transmídia: modos de narrar e tipos de histórias. **Letras**. Santa Maria, v. 26, n. 53, p. 45-64, jul./dez. 2016.
- GOMES, H. F. A interligação entre comunicação e informação. **DataGramZero: Revista de Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, jun. 2010.
- GONDIM, A. A. L.; LEURQUIN, E. V. L. F. A importância do mediador na formação de professores. **Eutomia**, Recife, v. 19, n. 1, p. 157-177, jul. 2017.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. Escopo e abrangência da Ciência da informação e a pós-graduação na área: anotações para uma reflexão. **TransInformação**, Campinas, v. 15, n. 1, p. 31-43, jan./abr. 2003.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2009.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes e redes. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2017.

MARTINS, O. B.; MOSER, A. Conceito de mediação em Vygotsky, Leontiev e Wertsch. **Revista Intersaberes**, Curitiba, v. 7, n. 13, p. 8-28, 2012.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

MÉDOLA, A. Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos- os desafios para o comunicador. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, E-Compós, Brasília-DF, v. 12, n. 3, p. 1-12, 2009.

MOSCO, V. Repensando e renovando a economia política da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 97-114, jul./dez. 1998.

PASSARELLI, B. Mediação da informação no hibridismo contemporâneo: um breve estado da arte. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 43, n. 2, 2014.

SANTOS JÚNIOR, E. A. **Uma reflexão sobre o documento na cultura da convergência**: estudo exploratório. 2018. 70f. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia e Ciência da Informação). Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (FFCLRP) - Universidade de São Paulo (USP), Ribeirão Preto, 2018.

SARACEVIC, T. "Interdisciplinary nature of information science." **Ciência da informação**, Brasília, v. 24, n. 1, 1995.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem, evolução, relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996.

SILVA, I. M. O professor como mediador. **Cadernos de Pedagogia Social**, Lisboa, n. 1, p. 117-123, 2007.

SILVA, B. D. de O; SABBAG, D. M. A; GALDINO, R. Fandoms e fanfictions: novas perspectivas para o profissional da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, n. esp., p.1255-1274, 2018.