



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Jornalismo transmídia em contexto de resistência: o caso do Programa Fora da Curva¹ **Transmedia journalism in a context of resistance: the case of Programa Fora da Curva**

Yvana Carla Fechine de Brito²

Paula Reis Melo³

Palavras-chave: midiática; transmidiação; rádio transmídia, interação; jornalismo independente.

Para autores como Jessé de Souza (2017), a deposição da presidenta Dilma Rousseff do cargo em maio de 2016 foi um golpe parlamentar com a participação direta do aparato do judiciário e da mídia empresarial. O apoio de grandes conglomerados de comunicação ao seu sucessor, Michel Temer, é tão evidente que o presidente reuniu-se abertamente com a cúpula das organizações Globo, o maior conglomerado de comunicação do Brasil, para discutir a cobertura jornalística do seu governo⁴. Ao mesmo tempo em que pactua com a mídia empresarial, Michel Temer ataca duramente a Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), a começar pela extinção do seu Conselho

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Jornalista e professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Pesquisadora associada ao Centro de Pesquisas Sociossemióticas e ao Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva (Obitel Brasil) com projetos que, no momento, focam as linguagens audiovisuais e a transmidiação. yvanafechine@uol.com.br

³ Jornalista e professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. preismelo@yahoo.com.br

⁴Cf. <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/12/1945024-temer-se-encontrou-com-cupula-da-globo-para-discutir-delacao-e-reforma.shtml> Acesso em 20 dez. 2017



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Curador. Em nota, os membros do extinto Conselho Curador denunciaram que a EBC abandonou o modelo de comunicação pública, pautado pela participação social na gestão da empresa, e foi transformada pelo Governo Temer em um veículo de defesa dos seus interesses⁵. Nesse cenário, experiências de jornalismo crítico e analítico ganham ainda mais importância e estão sendo adotadas também no âmbito das universidades públicas. É uma dessas experiências que pretendemos aqui discutir, analisando o caso do programa jornalístico Fora da Curva, realizado por professores e estudantes do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social (DCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e veiculado pela rádio Universitária FM 99,9 (com retransmissão pela AM 820). Para ampliar e diversificar seu alcance, o Fora da Curva foi concebido também como um experimento de rádio transmídia inserido em um contexto de resistência dentro das universidades à ruptura democrática no País e às reformas neoliberais pretendidas pelo grupo político que assumiu o poder.

Disposto a disputar a leitura do real, o Fora da Curva propõe-se tanto a dar visibilidade a problemas públicos silenciados pela mídia corporativa quanto a oferecer uma perspectiva crítica sobre os assuntos por ela tratados. Ao contrário do fazer jornalístico da mídia empresarial que se coloca como “imparcial”, o FC assume que pratica uma comunicação posicionada, questionando o pretense discurso de neutralidade da mídia privada e mostrando que todo jornalismo é sempre uma construção do real a partir de um ponto de vista. O Fora da Curva pode ser considerado, na prática, um “dispositivo social de crítica midiática” (BRAGA, 2006) porque já surge como iniciativa de resistência no mercado discursivo, apresentando-se como uma alternativa de jornalismo analítico. Prova disso é seu slogan: “A gente fala o que a maioria cala”.

⁵Cf. <https://www.brasildefato.com.br/2017/09/01/um-ano-apos-o-golpe-jornalistas-da-ebc-denunciam-desmonte-da-comunicacao-publica/> Acesso em 20 dez. 2017



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

O próprio formato do Fora da Curvaz faz também uma provocação à práxis jornalística da mídia empresarial, que é referência para o cidadão brasileiro. Trata-se de um programa de entrevista em que dois convidados possuem lugares de fala diferentes e complementares: um detém o saber acadêmico e o outro, o saber militante da luta social. Os enquadramentos propostos pelo programa estão, portanto, fundamentados na ótica de quem *estuda sobre* e de quem *atua sobre*. A complementaridade de saberes, respectivamente, das fontes “especialista” e “protagonista” são uma marca do programa⁶ e uma das razões pela legitimidade obtida pelo programa junto aos movimentos sociais. A cada edição, o assunto a ser analisado é focalizado através de perguntas-tema que buscam provocar e aprofundar questões com uma linguagem acessível, tais como: “Por que tanta raiva de pobre?” (para discutir o preconceito de classe); “Cadê os direitos das pessoas LGBT?”; “Quem manda na cidade?” (para discutir a especulação imobiliária); “O Judiciário age politicamente?”; “A quem interessa o fim do SUS?”.

O Fora da Curva é um projeto de extensão do Departamento de Comunicação Social (DCOM), coordenado pelas proponentes deste trabalho, em parceria com o Núcleo de Rádio e TV Universitária (NRTVU), o Departamento de Ciências Sociais (DCS) e cinco organizações da sociedade civil, a saber: a agência Marco Zero Conteúdo e o coletivo Terral (grupos pernambucanos de jornalismo independente); a ONG Centro de Cultura Luiz Freire (com atuação na área da democracia e direitos humanos); a ONG Centro Sabiá (que trabalha com agricultura familiar agroflorestal com destaque à comunicação); a ONG Centro das Mulheres do Cabo (como foco na comunicação para enfrentar a cultura do machismo). O contexto político-comunicacional a partir de 2016 foi o que desencadeou essa articulação. A comunicação, muito mais que uma

⁶ Sobre fontes “especialistas” e protagonista, cf. Melo (2008).



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

ferramenta, é uma dimensão estratégica neste contexto de resistência. A diversidade está na origem e na operacionalização do Fora da Curva porque a produção de cada dia é composta por uma equipe diferente de professores, alunos e jornalistas das instituições parceiras, sob a coordenação de um professor do DCOM. Integrando a equipe de execução, há um número flutuante de cerca de 40 alunos voluntários e dois bolsistas de extensão, o que torna também o programa um espaço de formação.

Como o Fora da Curva é transmitido numa emissora de rádio universitária, com uma grade preenchida predominantemente por programas gravados e voltados para música, sem tradição de jornalismo ao vivo, o apelo à transmidiação foi fundamental para a visibilidade ao programa e ampliar seu público. Com base nos estudos de Fachine (2013, 2014), entendemos a transmidiação como um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pela digitalização e convergência dos meios. As formas de manifestação resultantes da transmidiação denominamos de conteúdos transmídia.

Podemos falar em conteúdos transmídias televisivos, radiofônicos, cinematográficos etc. Propor uma qualificação dos conteúdos transmídias, incluindo agora na designação a vinculação a uma mídia específica exige uma hierarquização que, ao mesmo tempo em que esclarece melhor o sentido da expressão utilizada, permite avançar na conceituação do fenômeno. Essa hierarquização conferida a um determinado meio implica no reconhecimento de que há na articulação entre mídias e plataformas uma a partir da qual a ação se articula. Pode-se considerar então que, apesar da integração entre mídias/plataformas estar na base dos fenômenos transmídias, há uma delas que rege as estratégias, ou seja, existe uma mídia a partir da qual se organiza o sentido. É nessa mídia que se desenvolve um texto-base (programas, filmes etc.) – que serve igualmente de referência –, a partir do qual ocorrem os desdobramentos e articulações.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

No caso do Fora da Curva a mídia e o texto de referência são respectivamente a rádio em frequência modulada (FM) e o programa nela veiculado ao vivo, de segunda a sexta, das 11h30 ao meio dia, em regime de temporadas (em fevereiro de 2018 começa a terceira temporada). O programa é transmitido por *streaming* pelo Facebook (no seu perfil, bem como nas páginas da Universitária FM e de parceiros do projeto), com postagens simultâneas no Instagram e Twitter, e, logo após a emissão ao vivo, é disponibilizado em seu canal no YouTube e no Mixcloud. Diariamente, são produzidos conteúdos exclusivos para as redes sociais, complementares e/ou associados ao assunto do dia. A página do Fora da Curva no Facebook, que conta atualmente com mais de quatro mil seguidores, também funciona como canal de informação, veiculando conteúdos produzidos por sua equipe e por disciplinas do curso de Jornalismo do DCOM, bem como propagando material de outros coletivos de jornalismo independente.

Já em sua primeira temporada (13 de fevereiro a 17 de junho de 2017), o programa conquistou um alcance considerável no Facebook, rede social na qual tem maior repercussão. Para se ter uma ideia, nos dois primeiros meses de existência, os conteúdos da página do Programa Fora da Curva foram visualizados mais de 600 mil vezes e foram recebidos no *feed* de notícias de quase 240 mil pessoas. Mais de 11 mil pessoas falaram da página. Houve 2.000 compartilhamentos dos conteúdos do programa e mais de 20 mil consumiram efetivamente os conteúdos da página. Os vídeos do Programa Fora da Curva mais vistos são os adicionais, de conteúdo transmídia. Alguns são feitos logo após a transmissão do programa “ao vivo” com os convidados respondendo as perguntas de ouvintes e que não houve tempo de fazê-lo durante a transmissão do programa “ao vivo”. O alcance desses vídeos varia de quatro a nove mil pessoas. Após a transmissão online, os programas ficam em destaque na página e registram uma média de 2,5 mil visualizações por edição, sem impulsionamento pago. Na segunda temporada, as métricas no Facebook mantiveram-se no mesmo patamar.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Comentários recebidos pelas redes sociais também revelam que o programa vem sendo consumido, pelo Facebook, também fora do Estado (São Paulo, sobretudo), sendo utilizado inclusive por professores em sala de aula. O Fora da Curva também é difundido por meio de páginas de sindicatos, coletivos, redes e movimentos sociais. Já é possível também observar uma influência do Fora da Curva na agenda midiática dos veículos de comunicação locais, que, logo após algumas de suas edições, pautaram temas discutidos no programa – temas que, até então, vinha sendo silenciados ou abordados de forma pouco crítica. Constatamos, inclusive, que entrevistados do Fora da Curva passaram também a ser convidados por emissoras de rádio local e por programas do próprio NRTVU. Os vídeos mais vistos na página da Rádio Universitária são relacionados ao Fora da Curva (o *streaming* do programa ou seus conteúdos transmídias).

Graças a sua presença atuante nas redes sociais, o Fora da Curva também vem se credenciando, cada vez mais, como instância de embates discursivos nesse âmbito. Na segunda temporada, dois episódios tornaram isso mais evidente. O primeiro deles foi a entrevista exclusiva com o ex-Presidente Lula realizada em 25 de agosto de 2016, em passagem pelo Recife quando da sua caravana pelo Nordeste. Resultado de uma articulação do Fora da Curva com a Marco Zero Conteúdo, Terral e ABRAÇO – Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária –, a entrevista foi transmitida pelas Rádios Universitárias (99.9 FM e 820 AM), pela página do programa (14 mil visualizações), da Marco Zero Conteúdo, da página de Lula (156 mil visualizações) e por quase mil rádios comunitárias. O ex-Presidente não concedeu entrevista para nenhuma mídia corporativa em sua passagem pelo Recife. No momento de veiculação da entrevista (edição especial do Fora da Curva com uma hora de duração), com streaming pelo Facebook, foi intenso o movimento de comentários tanto elogiosos quanto ofensivos ao ex-presidente.

Outro momento revelador dos circuitos acionados pelo Fora da Curva no processo de circulação foi propiciado pelo programa do dia 09 de novembro de 2017 cujo título foi “Por que tanta violência nas disputas políticas no Brasil?”. Essa edição



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

mobilizou inúmeros comentários ofensivos tanto por seguidores do deputado Jair Bolsonaro, que se “credenciou” como candidato a presidência da República apelando para discursos de ódio, quanto do ideólogo da extrema Direita, o escritor Olavo de Carvalho, que, na ocasião, também mencionou negativamente o Fora da Curva em seu perfil no Facebook. Em contrapartida, houve também ouvintes que saíram em defesa do programa apontando justamente o discurso de ódio nas ofensas que foram postadas.

A presença controversa do Fora da Curva nas redes sociais, a partir de sua concepção como produto transmídia, apenas torna mais evidente a intensa mídiatização das interações nesse momento em que se disputa de modo aberto no Brasil um projeto de país. Desde a articulação que deu origem ao programa, passando pela construção como proposta de crítica da mídia, até a definição do formato, o Fora da Curva tem mobilizado circuitos de interação que precisam ser melhor estudados e investigados, a partir de pelo menos três eixos: 1) o formato do programa que assume uma comunicação transmídia e posicionada; 2) a resistência na/da Universidade ao momento de ruptura democrática; 2) os impactos do fazer junto entre professores e alunos na formação em comunicação e política através da comunicação. A presente proposta é um esforço inicial nessa direção.

Referências bibliográficas

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

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. **Revista Contracampo**. v.31, n.1, Niterói (RJ), 2014.

_____. Televisão transmídia: conceituações em torno de novas estratégias e práticas interacionais da TV. **Anais do XXIII Encontro Anual da Compós** (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação). Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador (BA), 2013.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

MELO, Paula Reis. **Tensões entre Fonte e Campo Jornalístico**: um estudo sobre o agendamento mediático do MST. 214 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo (RS), 2008.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe**. Entenda como e porque você foi enganado. Rio de Janeiro: Editora Leya, 2016.