A convergência de conteúdo nas revistas brasileiras: um estudo das estratégias narrativas utilizadas pelas empresas jornalísticas

WIGDE ARCANGELO DA SILVA (Autor), Matheus Gramigna Pinheiro (Co-Autor), Marcelo Freire Pereira de Souza (Orientador)

O estudo se prontifica a avaliar, com base em técnicas de Digital Methods, o comportamento e as estratégias aplicadas na página pública da rede social Facebook da revista Trip e seu impacto no público seguidor. Por impacto, considera-se as medidas quantitativas de engajamento, como número de curtidas, seguidores, assinantes do canal, curtidas em posts e curtidas em vídeos. Além de considerar quais os tipos de postagem mais populares entre o público seguidor, delimitando, claro, popularidade como algo tão efêmero quanto o número de likes. A tecnologia interferiu na forma em que as relações com o mundo ocorrem, essa mudança atinge todos os patamares da interação. São diversas plataformas que podem abrigar a informação, o público está em todas elas. É daí que nasce o desafio das estratégias de convergir os conteúdos para o máximo de plataformas possível. Tendo em vista que a convergência é um fenômeno também cultural e social, que vivemos um atravessamento do digital em nossas vidas, é esperado que as relações no consumo de revista também se modifique. Dentre as diversas transformações ocorridas ao longo do percurso histórico das revistas, as possibilidades que a internet traz é mais uma dessas mudanças, fazendo com que esse veículo repense suas estratégias de alcance e enfrentando um novo desafio: nem sempre o internauta e tem o mesmo perfil do leitor da revista. Dessa forma, as estratégias para as redes sociais revelam seu valor.

Instituição de Ensino: Universidade Federal de Ouro Preto

ISSN: 21763410