

# A ecologia midiática do audiovisual em ambientes multiplataformas

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira  
José Jullian Gomes Souza

## Resumo:

O estudo consiste em analisar como os aplicativos digitais têm reconfigurado o sistema de arquivamento da memória audiovisual, cujo acesso é instantâneo, móvel e em multiplataforma. Nesse cenário da ecologia midiática, o aplicativo Globoplay se apresenta como esse atual lugar da memória televisiva, fortalecendo o vínculo entre espectadores/usuários em tempos de convergência tecnológica e mobilidade. A metodologia é de natureza qualitativa e perpassa um estudo exploratório sobre o Globoplay, identificando os novos processos de construção da memória televisiva e a interação em ambientes multiplataformas com o espectador/usuário. Entende-se que nessa ecologia midiática audiovisual existe uma construção dos lugares de memória nos ambientes digitais, expandindo a presença da TV em ambientes multiplataformas de forma fragmentada.

**Palavras-chave:** Lugares de memória. Multiplataforma. Ecologia das mídias audiovisuais.

## The ecology of the audiovisual in multiplatform environments

### Abstract:

This study consists of analyzing how digital applications have reconfigured the audiovisual memory filing system, whose access is instantaneous, mobile and multiplatform. In this new media ecology scenario, the Globoplay application presents itself as a new place in television memory, strengthening the link between viewers /users in times of technological convergence and mobility. The methodology has a qualitative nature and goes through an exploratory study on Globoplay application, identifying the new processes of construction of television memory and the interaction in multiplatform environments with the viewer / user. It is understood that, in this new audiovisual media ecology, there is a construction of new places of memory in digital environments, which expands the presence of TV in multiplatform environments in a fragmented way.

**Keywords:** New places of memory. Multiplatform. Ecology of audiovisual media.

Recebido em: 26.08.20

Aprovado em: 14.07.21

**Paulo Eduardo Silva  
Lins Cajazeira**

Pós-doutor em Ciências da Comunicação (UBI/Portugal), doutor em Comunicação (PUC-SP), mestre em Comunicação (UTP-PR), bacharel em Comunicação Social-Jornalismo, PUC-PR. Professor efetivo do curso de jornalismo da Universidade Federal do Cariri.

E-mail: paulo.cajazeira@ufca.edu.br

**José Jullian Gomes  
Souza**

Mestre em biblioteconomia (UFCA/PPGB), especialista em letras - Faculdade de Juazeiro do Norte - CE, bacharel em Jornalismo - Universidade Federal do Ceará (UFC).

E-mail: jullianjose64@gmail.com

Estudos em Jornalismo e Mídia  
v.18, n.2, jul./dez. 2021.  
ISSNe 1984-6924

**T**elevisão e memória – é tema de exploração de inúmeras pesquisas, discorrendo especificamente sobre aquelas que partem do ponto de vista da comunicação. Esta pesquisa busca direcionar um olhar para a relação entre memória, televisão e ambientes digitais, a partir da reconfiguração da disponibilização na memória televisiva. No cenário da pandemia, ocasionado pela Covid-19 iniciada no ano de 2020, observou-se que houve problemáticas que foram surgindo acerca dessa tríade temática: lugares de memória, multiplataforma e ecologia das mídias audiovisuais. As pessoas passaram mais tempo em casa, programações televisivas e inéditas foram paralisadas e houve um investimento, sobretudo quando se visualiza o caso da Rede Globo, em utilizar os seus arquivos televisivos como uma “nova” fonte de disponibilização de conteúdos para o serviço de *streaming* Globoplay.

O ambiente digital, que já dispunha de plataformas de armazenamento como banco de dados ou o uso de redes sociais como YouTube, Facebook e Instagram, também passou a contar com canais ainda mais específicos e também voltados para a monetização: os serviços de *streaming*, como Netflix, Amazon Prime, Disney Plus, Hulu, HBO Go, entre outros, no cenário internacional e no Brasil, têm a presença do Globoplay.

Com o ambiente digital, considerado enquanto um ecossistema midiático do tempo presente, os “[...] meios e ambientes geram novas e variadas relações resultantes de sua natureza *instável, móvel e global*[...]” (CANAVILHAS, 2010, p. 2, grifo nosso). Tais características explicitadas por Canavilhas, direcionam a reflexão sobre as mudanças ocasionadas no ambiente televisivo. Não é, necessariamente, uma mudança que ocorreu no momento atual. A televisão, desde a década de 1950, no Brasil, vem se adaptando frente às mudanças socioculturais e tecnológicas. Contudo, é possível inferir que houve um grande salto desde a introdução dos ambientes digitais, da sua expansão e sobretudo popularização de uso e acesso (ainda que não sejam massivamente para todos os cidadãos).

Nesse ecossistema midiático, compreende-se que o audiovisual quanto ao seu armazenamento, acesso e difusão também é reconfigurado pela interação digital, mobilidade e ubiquidade de uma sociedade que está em constante movimentação. Isso, pensando não a partir das novas transmutações na adição de uma mudança em um sistema e sim em um sistema totalmente formado a partir das reordenações entre as tecnologias e os entornos culturais (STRATE, 2004). O mesmo ocorre com a questão da memória, que é ressignificada a partir da introdução tecnológica e passa a ser observada sob o prisma de outras possibilidades: armazenamento, disponibilização, monetização, acesso, uso e recuperação de informações. Assim, se identifica uma expansão para o que se define como novos lugares de memória, que parte da proposição criada por Nora (1993) acerca dos lugares físicos e que se estende para os ambientes digitais, enquanto novas possibilidades para o uso da memória. Esse lugar digital, especialmente situado no ciberespaço, remodela e reconstrói as relações com a memória audiovisual arquivada em aplicações digitais.

Dessa forma, o objetivo deste estudo é analisar como a memória da televisão está sendo reconfigurada, mediante a disponibilização dos seus arquivos audiovisuais originalmente físicos, com a presença de atuais ambientes digitais a exemplo do serviço de *streaming* Globoplay.

### **A ecologia midiática audiovisual**

Em um processo de construção e desconstrução, o ambiente midiático transita por mudanças e alterações como parte de um processo de reconfiguração natural da própria vida. As transformações são inevitáveis e os saldos beiram as mudanças positivas e negativas em um ciclo infinito.

Na ecologia das mídias, o protagonismo é dado ao ambiente e às suas transformações advindas da relação entre tecnologia e sociedade. Como explicita Postman:

A ecologia da mídia investiga a questão de como os meios de comunicação afetam a percepção, a compreensão, os sentimentos e valores humanos [...]. A palavra ecologia implica no estudo de ambientes: sua estrutura, conteúdo e impacto sobre as pessoas. Um ambiente é, afinal de contas, um sistema de mensagens complexo que impõe aos seres humanos certas maneiras de pensar, sentir e se compor (1994, p. 29).

Nesse emaranhado complexo ao qual pertence o ambiente midiático, e no qual os sujeitos estão inseridos, sejam produtores ou consumidores de informação, observam-se: movimentação, transformação e adaptação dos processos, produtos, formas de produção, disseminação, uso e consumo. E ainda se observam os processos de arquivamento e memória, sobretudo nos ambientes digitais de informação, pois estão entrelaçados com o surgimento das novas tecnologias buscando adaptar-se a esse atual ambiente (LEVINSON, 1998).

Com isso, os ambientes propõem uma resignificação das mídias, pois são vistos como “um entorno invisível que possibilita e condiciona comportamentos, relações, formas de pensar e de perceber o mundo” (DALLAGNESE; BARICHELLO, 2017, p. 3), 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).

Assim,

[...] o meio [mídia] é o ambiente, o contexto, o entorno, a via pela qual as pessoas se comunicam e se relacionam. Cada diferente tecnologia representa uma diferente via cujos efeitos no âmbito das técnicas, do simbólico, das relações pessoais e institucionais são maiores e mais importantes que o artefato em si ou que o conteúdo de suas mensagens (DALLAGNESE; BARICHELLO, 2017, p. 4).

É nesse sentido que o meio, funcionando enquanto a mensagem realoca, re-adapta e reconstrói a paisagem midiática, sobretudo quando se pensa na televisão e sua relação com os atuais ambientes informacionais. Desse modo, as diversas mídias, acrescidas da introdução de novas tecnologias para a compreensão do estudo desses ambientes midiáticos, acarretam impactos significativos e requerem uma compreensão aprofundada, principalmente quando se reflete sobre a convergência tecnológica.

Estudar a comunicação, a partir dessa perspectiva, é investigar como se consolida a relação entre a sociedade e os meios, em um ecossistema midiático onde há espaço para novas e velhas mídias, que não desaparecem, mas se transformam com novas tecnologias, linguagens e as apropriações que indivíduos e organizações fazem delas, sempre em conjunto (RENÓ, 2014). Nesse ecossistema da mídia, a interação entre os atores ocorre de forma ainda mais intensa, advinda das novas possibilidades tecnológicas (LOGAN, 2015), estabelecendo novas proposições e fundamentações para o seu funcionamento em rede.

Com isso, “[...] meios e ambientes geram novas e variadas relações resultantes de sua natureza instável, móvel e global, gerando um constante estado de desequilíbrio que rapidamente se reequilibra para logo se desequilibrar novamente [...]” (CANAVILHAS, 2010, p. 2). E podem ser vistos sob dois ângulos: os meios como ambientes e os meios como espécies (SCOLARI, 2015). No primeiro ângulo, encontra-se a dimensão ambiental da ecologia midiática e pode ser resumida pela ideia de que as tecnologias geram ambientes que afetam os sujeitos que as utilizam, modelando sua percepção e cognição. O segundo ângulo, por meio de um enfoque holístico, é o que entende os meios como espécies que vivem em um mesmo ecossistema.

É a partir da primeira percepção, os meios como ambientes, que se visualizam as transformações e adaptações da TV e do audiovisual televisivo no ecossis-

tema midiático frente às questões da memória e da reconfiguração no ambiente digital. Nesse sentido, identifica-se uma nova ecologia midiática audiovisual em expansão com os ambientes de informação audiovisuais. Eles estabelecem novas condições de reapropriação do conteúdo, do ambiente e das interações do usuário com a memória televisiva que está arquivada neste lugar de memória, em diálogo com a mobilidade dos dispositivos móveis na contemporaneidade.

### Lugares de memória

A ideia de lugares de memória estabelecida por Nora (1993) parte da proposição de que não há mais lugares para a memória e, por isso, criam-se os lugares de memória (artificiais) para que seja possível a manutenção de um contato com o passado. De acordo com o autor, a ideia de lugares de memória está situada nos restos das lembranças e representa “a forma extrema onde subsiste uma consciência comemorativa numa história que a gente chama, porque ela [a memória] a ignora. É a desritualização de nosso mundo que faz aparecer a nação” (NORA, 1993, p. 12-13). Ou seja, esses lugares são criados a partir da condição de que não há memória espontânea, sendo necessária a criação desses lugares os quais são concebidos como marcos testemunhais de outros tempos e épocas.

Nos lugares de memória encontra-se a existência desses rastros como uma forma de subsistência dessas lembranças, que são externalizadas e materializadas através de suportes e objetos como os arquivos (físicos ou digitais), pois essas lembranças não são naturais: elas são efeitos de uma memória artificial na qual encontram-se representações dos fragmentos de memória, capazes de fornecer subsídios para sua externalização e reconstrução.

Com isso, a externalização da memória também é vista como um ato não natural. Ou seja, essa memória artificial que está representada através desses arquivos, por exemplo, possibilita a manutenção das relações humanas com os acontecimentos passados, ao menos parcialmente. Mas, antes mesmo dos arquivos, essas memórias artificiais já estavam presentes na sociedade, uma vez que

Nossa memória tornou-se artificial quando um de nossos ancestrais, em um distante passado Neolítico, riscou uma pedra, gostou do que viu, riscou outras e perenizou os primeiros sinais indicativos de que ali estava em ação e habitando o mundo uma espécie animal que pretendia deixar marcas de sua existência que sobrevivessem ao artífice que as lavrava (PALACIOS, 2014, p. 89).

Dessa forma, compreende-se que a artificialidade da memória é um processo intrínseco ao ser humano, desde as pinturas rupestres aos meios convergentes e às multiplataformas dos dias atuais, criando condições para a externalização da memória (MALDONADO, 2007). Essa externalização que se relaciona com os lugares de memória, através das várias formas de representação, não necessariamente são capazes de minimizar esses lugares e rastros da memória, e também do esquecimento, materializados.

Na combinação lembrança e esquecimento, Huyssen (2000, p. 37) explicita que o esquecimento é humano e social dado que a memória está sujeita a mudanças “políticas, geracionais e individuais – [e] ela não pode ser armazenada para sempre, nem protegida por monumentos”. Nessa abordagem, mesmo os lugares de memória, que são artificiais, estão sujeitos a não resguardar esse volume informacional, pois eles também necessitam esquecer para lembrar.

A esses lugares artificiais e tecnológicos identificados, principalmente em ambientes digitais de informação, é que se visualiza o surgimento dos novos lugares de memória. A ideia que se observa é que “[...] esses novos lugares da memória podem funcionar como potencializadores da memória [...], mas que ainda são pouco explorados” (SOUZA; CAJAZEIRA, 2019, p. 1). O uso das ferramentas digitais e dos

recursos que elas propiciam, sobretudo pensando no uso desse novo lugar pelas instituições de ensino, não são explorados ou utilizados, em sua grande maioria.

Os novos lugares de memória estão entrelaçados com o advento da tecnologia digital, onde se observa o aumento da capacidade de armazenamento e processamento da expansão da memória para além do espaço físico. Isso porque o espaço digital é um “espaço virtualmente ilimitado para o armazenamento de informação que pode ser produzida, recuperada e associada à disponibilização dos públicos alvos visados” (PALACIOS, 2014, p. 95) e disseminada sem limitação de tempo e espaço. Tais avanços tecnológicos em suportes e plataformas significam um avanço para o processo de armazenamento e uso da informação audiovisual, de forma disseminada pelas diversas instituições que lidam cotidianamente com a informação.

Nesse sentido, parte-se da ideia de lugares criados para a retenção e concepção desses lugares de memória. Nestes, a informação não somente é arquivada e armazenada, mas é difundida de uma forma mais ampla, rápida e eficiente. Com isso, não se esquece que ela também possui, talvez até de forma mais efervescente e intensa, a presença do esquecimento já que a lembrança e o esquecimento são categorias que caminham em conjunto quando se fala sobre memória. Porém, nesses lugares digitais, as instituições de ensino podem fazer os mais diversos usos de recursos gratuitos, os mais simples e funcionais recursos de armazenamento, difusão e recuperação da informação na internet.

### **O papel da TV frente às mudanças da convergência digital**

A convergência tecnológica já não é mais uma novidade para a sociedade nessa segunda década do século XXI. Nesse cenário de transformações tecnológicas, a relação entre a televisão e a internet, no contexto da ecologia midiática, tem estabelecido novas proposições sobre as formas e formatos de TV que fogem à regra de uma grade de programação fixa – com horários estabelecidos e de acesso a conteúdos atuais disponíveis – com poucos lugares para o acesso a produtos televisivos que já foram transmitidos em outro momento, na própria televisão.

Buscando compreender a convergência tecnológica, identifica-se que ela está relacionada com um novo fluxo

[...] de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 29)

A partir da explicação de Jenkins (2009), a convergência tecnológica está atrelada às mudanças advindas das tecnologias digitais, sobretudo com a internet e suas ferramentas, experiências e potencialidades que expandem, principalmente, a interação com o usuário. Na perspectiva da convergência adotada pelo jornalismo, Flores, Longhi e Weber (2011) destacam três pontos fundamentais para a compreensão dessa nova indústria midiática: as estratégias que exploram os conglomerados, as múltiplas formas de venda do conteúdo, e a consolidação da fidelidade do consumidor.

Na concepção que se faz desses três fatores inseridos na perspectiva da TV, entende-se que a sua expansão para o ambiente digital (sites, blogs, redes sociais digitais – YouTube, Facebook, Instagram, por exemplo – e os aplicativos digitais) parte do estabelecimento de tais fatores. Esse assunto será mais bem compreendido no momento de análise das estratégias de convergência, memória e arquivamento do conteúdo audiovisual do Grupo Globo, a partir do estudo do seu aplicativo – o Globoplay.

Dessa forma, a discussão sobre convergência vai além dos modos operacionais midiáticos. Conforme explicita Pellegrino (2008, p. 76), ela é “o processo pelo qual tecnologias distintas podem se tornar mais compatíveis ou integradas na me-

da em que se desenvolvem, de modo que um número crescente de dispositivos, especialmente em eletrônica, computação e telecomunicação são multifuncionais”. Ou seja, se tem uma integração entre as diferentes mídias e uma renovação das práticas. Com isso, as possibilidades de produção e circulação de conteúdos ocorrem através de uma fragmentação.

Assim, temos uma fusão desses meios confluindo para um novo sistema midiático televisivo, observado através da ecologia das mídias. Visto que na era da convergência “as fusões multimídia e as concentrações de empresas na produção de cultura correspondem, no consumo cultural, à integração de rádio, televisão, música, notícias, livros, revistas e internet” (CANCLINI, 2008, p. 33). É tanto uma necessidade de sobrevivência quanto uma necessidade pela busca de inovações, fazendo com que até a audiência esteja fragmentada por entre as mídias.

### Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa consiste em um estudo exploratório, de natureza qualitativa com a análise do aplicativo Globoplay, buscando identificar a reconfiguração da TV no ambiente digital a partir do arquivamento da memória audiovisual. De acordo com Gil (2009), o estudo exploratório consiste no modelo de pesquisa que tem por objetivo a familiarização com o tema, buscando o aprimoramento de ideias ou novas descobertas, uma vez que a pesquisa exploratória fornece ao pesquisador um maior conhecimento sobre a temática ou problema de pesquisa.

A pesquisa exploratória, visando a observação do fenômeno em questão, foi realizada entre 11 de maio a 11 de junho do ano de 2020. É importante frisar que é nesse período, em que o Brasil e o mundo estavam vivenciando a pandemia, que ainda permanece no ano de 2021, que visualizamos alterações sobre a presença de produtos televisivos em ambientes digitais como no caso do Globoplay. Além disso, é preciso esclarecer que na época da coleta ainda não tinham sido inseridas antigas telenovelas no Globoplay a exemplo do que começou a ocorrer com o avanço da pandemia da Covid-19, em 2020.

De acordo com Gerhard e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas com o aprofundamento da compreensão de um objeto ou grupo. É possível que compreendamos também esta pesquisa como bibliográfica, pois utilizamos diversas fontes documentais entre livros, artigos científicos, monografias e dissertações. Ela permite ao pesquisador conhecer o que já foi estudado sobre os assuntos que fundamentam a temática acerca do objeto de estudo – o aplicativo Globoplay.

A investigação também se caracteriza como descritiva, realizando uma observação de forma satisfatória sobre as diversas dimensões do objeto de estudo. Para Richardson (2011), a pesquisa de natureza descritiva tem como objetivo a descrição sistemática de determinado fenômeno ou área do saber, a qual se deseja investigar, de modo objetivo e detalhado. Dessa forma, busca-se fazer um levantamento de como os produtos audiovisuais, originais da televisão, estão presentes no aplicativo e como a sua estrutura é remodelada por essa nova lógica do lugar da televisão em ambientes digitais móveis, com base no processo de arquivamento e memória audiovisual.

O objeto de estudo – o aplicativo Globoplay – é uma plataforma digital com *streaming* de vídeos sob demanda criada e desenvolvida pelo Grupo Globo, que teve o seu lançamento em 26 de outubro de 2015. Mas também é uma plataforma na qual se encontram as produções advindas da televisão (programas variados, *reality show*, novelas, séries, cinema, músicas, humor, infantil, documentários e telejornais). Com a sua criação, a ideia é concorrer com outras grandes empresas como Netflix, Amazon Prime, Hulu, HBO Go, entre outros serviços de *streaming*.

Além disso, com o desenvolvimento do aplicativo, o Grupo Globo observa a necessidade de movimentação e transformação da produção e disponibilização

de conteúdo audiovisual, em diálogo com as plataformas digitais de comunicação. É uma possibilidade de expandir o universo televisivo com o processo de convergência tecnológica e, com isso, ressignificar a sua audiência – que pode ser vista sob o ângulo do compartilhar (*share*), comentar e curtir o conteúdo nas redes sociais digitais.

O Globoplay compreende, basicamente, dois tipos de usuários: assinantes e não assinantes. Para os assinantes, é possível ter acesso a todos os conteúdos exclusivos bem como toda a programação que pode ser acessada ao vivo ou através dos arquivos que estão na memória do aplicativo. Já para os não assinantes, os conteúdos são mais restritos a trechos de novelas, de séries e alguns outros. Ou seja, com uma limitação no acesso, a ideia é propiciar uma experiência de uso para que o mesmo se torne um assinante.

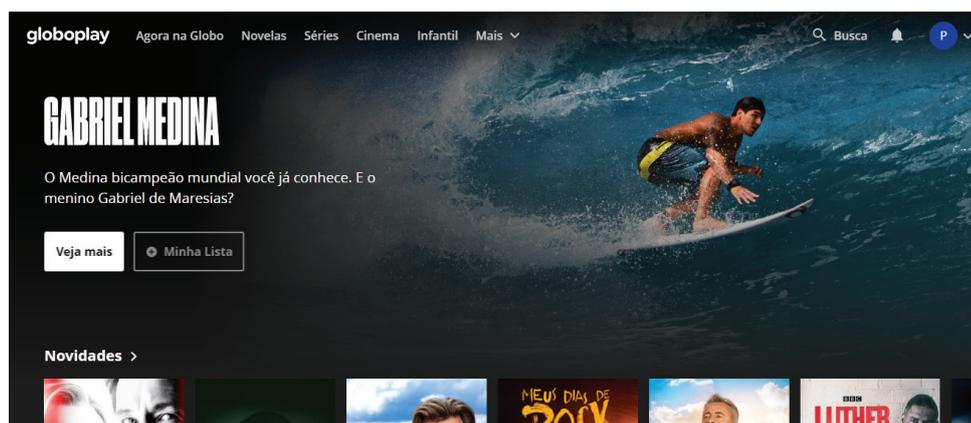
## Explorando o Globoplay

O Globoplay pode ser compreendido sob duas vertentes, visto que ele apresenta duas categorias de conteúdos audiovisuais: os conteúdos originais (original Globoplay), e os conteúdos advindos da televisão (em um processo de *crossmedia* – que é a distribuição de serviços, produtos e experiências por meio das diversas mídias e plataformas de comunicação existentes no mundo digital e on-line), que estão arquivados e disponibilizados no aplicativo.

Partindo para essa divisão, inicialmente, tem-se como foco os conteúdos advindos da TV que estão na memória do Globoplay. São conteúdos que podem ser acessados sem a restrição da lógica da grade de programação televisiva, porém, essa “liberdade de escolha” é pré-determinada, uma vez que o usuário somente pode acessar o conteúdo que foi selecionado para estar disponível no serviço de *streaming*. Contudo, há um movimento diferente da televisão em que o usuário pode navegar pelos conteúdos disponíveis e fazer a sua seleção. Além disso, também é preciso atentar-se para o fato de que assim como o conteúdo foi disponibilizado, ele também (a qualquer hora) pode ser retirado da plataforma. Assim, é possível explicar que o produto não se encerra quando a TV é desligada, ou mesmo quando a produção de uma série, novela ou reality, por exemplo, tem sua temporada finalizada.

Ao serem transpostos para a plataforma de conteúdo digital do aplicativo, esses conteúdos audiovisuais têm suas existências expandidas e asseguradas, agora em um novo ambiente midiático (Figura 1), distribuídos nas mais diversas categorias: novelas, séries, cinema, variedades, *realities*, música, documentários, jornalismo, esportes, filmes infantis, e programas locais. Além disso, o seu acesso pode ocorrer tanto via web como também pelo aplicativo, proporcionando experiências diferenciadas para o usuário.

**Figura 1: Visualização do Globoplay na web**



Fonte: <https://globoplay.globo.com/>

Em relação à transposição dos conteúdos da TV, é possível compreender que ela perpassa uma nova lógica de envolvimento com o usuário e com o próprio ambiente no qual, agora, está inserida. Na categoria novela, por exemplo, não se encontram disponíveis todas as novelas já produzidas – a mais antiga é a novela *Rei do Gado*. O fato desta novela, em particular, ter seus arquivos disponibilizados no aplicativo pode estar relacionado com a sua reprise na TV que ocorreu em 2015. Ou seja, ao mesmo tempo que era possível revê-la na TV, o usuário também poderia acompanhá-la na internet, e de forma mais intensa, visto que no horário da tarde quando é reexibida no *Vale a pena ver de novo*, ela tem sua temporalidade narrativa redimensionada.

Com isso, esse novo lugar de memória presente na ecologia midiática audiovisual no ambiente digital estabelece novas condições de acesso, uso e interação com o passado audiovisual advindo da TV. Ainda nesse novo ambiente, como estabelecido pela ecologia das mídias, o conteúdo não é o fundamental, mas os processos que estão envoltos no próprio ambiente. São as complexidades apresentadas que afetam toda a estrutura de interação e dos processos e fluxos de comunicação, e que incidem diretamente nas percepções das organizações – como no caso do Grupo Globo.

Essas mudanças, adaptações e reconfigurações no contexto da ecologia midiática e das transformações tecnológicas reorganizam o sistema televisivo em seu processo de convergência com os novos ambientes midiáticos digitais, não somente no âmbito técnico e tecnológico, mas no cultural, econômico e simbólico das relações pessoais e no campo da memória. Nesse campo da memória, o panorama ecológico das mídias possibilita a manutenção dos laços com o audiovisual televisivo, que foi encerrado, parcialmente, com o final da exibição de determinado programa na TV.

Um exemplo a ser utilizado no campo da memória e ecologia das mídias é o da minissérie *Auto da Compadecida*. Originalmente produzida em formato de filme nos anos 2000, vinte anos depois, mais precisamente em 2020, a Rede Globo faz um resgate dessa memória audiovisual, atualizando o filme para uma minissérie, remasterizada e disponibilizada em 4 episódios: primeiramente, no Globoplay e depois na televisão. Com isso, pode-se identificar que a televisão na era da cultura digital se desconstrói e se reconstrói constantemente, com bases em ideias que perpassam a multiplicidade de mídias existentes. E mais, conta com a ideia de ubiquidade nas mais variadas telas, lugares e horários não fixados no tempo-espaço como ocorre nos meios de comunicação tradicionais. Portanto, conhece o desejo do usuário em construir sua própria programação e estabelecer os seus horários para assistir, fazendo a escolha pelo dispositivo de acesso.

É nesse sentido que se pode pensar a ideia dos aplicativos digitais como um ambiente de informação e comunicação, que está reestruturando toda a cadeia comunicacional e as novas formas de interação e de memória do conteúdo televisivo. É uma espécie de TV fragmentada no ambiente digital, compartimentada, dividida em seções e subseções que podem ser acessadas sem uma grade fixa de programação como na TV, possibilitando ao espectador/usuário a construção da sua própria grade. Além disso, o sistema do aplicativo digital permite o contato com produtos anteriormente realizados e que na TV já não estão mais disponibilizados. As barreiras de tempo e espaço são diluídas no acesso à memória arquivada da TV na internet.

Dessa forma, a TV torna-se fragmentos que vão sendo armazenados e resignificados por cada usuário, pela interação que mantém com cada conteúdo, com a plataforma e condicionando uma nova forma de percepção de audiência. Isso pode ser comparado com o mesmo efeito que já ocorre com as redes sociais digitais, que modificam o modo como a TV é vista pela sociedade, e como a audiência é observada com base em outros fatores e não apenas por estar com o aparelho de TV ligado e sintonizado numa determinada emissora.

No campo da memória, esse novo ecossistema midiático digital também altera como o armazenamento e o acesso ao conteúdo audiovisual televisivo ocorre. Ele não está apenas acessível para o público interno, mas também para outros usuários que desejam rever determinado conteúdo, tais como pesquisadores que necessitam do acesso de forma rápida e dinâmica em ressonância com os movimentos comunicacionais midiáticos contemporâneos.

### Considerações finais

A realização do presente estudo permite analisar como as alterações advindas das tecnologias digitais, da convergência tecnológica, dos novos processos de interação, arquivamento e memória audiovisual televisiva na internet têm reconfigurado o ecossistema midiático. A TV está viva, mas sua sobrevivência está atrelada às novas formas e modelos de assistir TV na sociedade do século XXI. Os fenômenos da mobilidade, da interatividade, da ubiquidade e das multiplataformas desenham novos contornos para as mídias, especialmente para a televisão, cuja reconfiguração explora uma TV fragmentada, presente nos mais diversos lugares midiáticos desterritorializando o modelo de televisão como a sociedade conhece.

Na nova ecologia midiática audiovisual, a memória tem um grande destaque em paralelo com o surgimento e expansão dos serviços de *streaming* e seus aplicativos digitais. Uma vez que, a partir do uso desses serviços e plataformas, cujo conteúdo encontra-se em pequenos arquivos que vão sendo atualizados e ofertados aos usuários, os grandes conglomerados de comunicação como o Grupo Globo têm aberto os olhos para as mudanças que estão acontecendo e que irão ocorrer em um futuro breve.

É nesse sentido que se pode pensar a ideia dos aplicativos digitais como um ambiente de informação e comunicação que está reestruturando toda a cadeia comunicacional e as novas formas de armazenamento do conteúdo televisivo. É uma TV fragmentada no ambiente digital, dividida em seções e subseções que podem ser acessadas sem uma grade fixa de programação possibilitando ao espectador/ usuário um acesso livre. Além disso, o sistema do aplicativo digital permite o contato com produtos anteriormente produzidos e que já não estão mais disponibilizados na televisão. Assim, as barreiras de tempo e espaço são diluídas no acesso à memória arquivada na internet.

O que pode ser identificado é que a TV tem buscado se aproximar dos novos ambientes digitais de comunicação. E não somente pelo fator tecnológico, mas, sobretudo, pela consciência de que um novo público está presente nessa nova mídia representada pela internet e os seus lugares de memória, troca, interação e compartilhamento.

Já em relação aos novos lugares de memória, os aplicativos digitais para conteúdos audiovisuais exploram a possibilidade da manutenção com o passado entre os usuários, a plataforma e o produto. Nesses lugares, a memória se apresenta como um elo de ligação com a TV que está presente na vida cotidiana desde os anos 1950. Com isso, não se pode falar no fim da TV, mas em uma reconfiguração no novo ambiente midiático preservando e facilitando o acesso aos seus conteúdos para as multitelas.

---

### Referências

CANAVILHAS, J. O novo ecossistema mediático. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2020.

CANCLINI, N. G. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução de Ana Golberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

DALL'AGNESE, C. T. W.; BARICHELLO, E. M. R. Media Ecology: abordagem contextual para o estudo das narrativas jornalísticas transmídia. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL*, 18, 2017, Caxias do Sul, RS. **Anais...** Caxias do Sul: UCS. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-1307-1.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2020.

FLORES, A. M. M.; LONGHI, R. R.; WEBER, C. T. Os webjornais querem ser rede social? *In: LIMA JÚNIOR, W. T.; SOSTER, D. de A. (Orgs.). Jornalismo digital: audiovisual, convergência e colaboração*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011, p. 18-42. Disponível em: <http://www.carlosdand.com/2011/10/livro-jornalismo-digital-audiovisual.html>. Acesso em: 12.02.2020

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, TOLFO, D. (Orgs.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

HUYSSSEN, A. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEVINSON, P. **The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution**. New York: Routledge, 1998.

LOGAN, R. La base biológica de la ecología de los medios. *In: SCOLARI, C. Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa, 2015, p. 137-152.

MALDONADO, T. **Memoria y conocimiento: sobre los destinos del saber en la perspectiva digital**. Barcelona: Gedisa, 2007.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História da PUC-SP**, São Paulo, v. 10, p. 7-28, dez. 1993.

PALACIOS, M. Jornalismo, memória e história na era digital. *In: CANAVILHAS, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã, PT: Livros LabCom, 2014, p. 89-110.

POSTMAN, N. **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia**. São Paulo: Nobel, 1994.

RENÓ, D. P. Transmedia Journalism and the New Media Ecology: Possible Languages. *In: RENÓ et al. Periodismo transmídia: miradas múltiples*. Barcelona: Editorial UOC, 2014, p. 3-20.

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

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SOUZA, J. J. G.; CAJAZEIRA, P. E. A memória virtualizada do arquivo audiovisual jornalístico. *In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO*, 20, 2019, Florianópolis, SC. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2019. Disponível em: <https://conferencias.ufsc.br/index.php/enancib/2019/paper/view/474>. Acesso em: 28 jan. 2020.

STRATE, L. A Media Ecology Review. **Communication Research Trends**. v. 23, n. 2, 2004.

VILELA, M. D; NUNES, A. C. Entrevista com Eric McLuhan. **Sessões do Imaginário**. PUC-RS. Ano XVI, n. 26, 2011. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/teo/ojs/index.php/famecos/article/view/10941>. Acesso em: 6 fev. 2020.