

Jornalismo Transmidiático ou Multimídia?ⁱ

Carlos Pernisa Júnior (UFJF)

Resumo

Baseado na ideia de Henry Jenkins sobre *narrativa transmidiática*, este trabalho vai investigar a possibilidade de um conceito de jornalismo que siga esta mesma proposta. A ligação com a *multimídia*, conforme proposição de Pierre Lévy, também será abordada. É preciso, no entanto, verificar as reais condições deste tipo de jornalismo, que não pode se confundir com uma visão simplista do que seja a convergência de mídia. Do mesmo modo, é preciso ressaltar a importância de se trabalhar com a reportagem e com a perspectiva da “mônada aberta”, tratada em estudo anterior, buscando a consciência de uma estrutura de rede e de sua relevância para a comunicação contemporânea.

Palavras-chave: comunicação; jornalismo; *transmídia*; *multimídia*.

Abstract

Based on the idea of Henry Jenkins about transmedia storytelling, this work will investigate the possibility of a concept of journalism that follows this same proposal. The connection with the multimedia, as proposing Pierre Lévy, will also be addressed. It must, however, to ascertain the actual conditions of this kind of journalism that can't be confused with a simplistic view of what is the media convergence. Similarly, it must be emphasized the importance of working with the report and the prospect of "monad open", treated in a previous study, seeking awareness a network structure and its relevance to contemporary communication.

Keywords: communication, journalism, transmedia, multimedia.

Introdução

O termo *transmidiático* foi cunhado por Henry Jenkins, em seu livro *Cultura da convergência*, escrito em 2006 e publicado no Brasil em 2008. Um dos seus capítulos tratava da análise do que ele chamou de *narrativa transmidiática*. Jenkins estava interessado na trilogia de filmes *Matrix*, dos irmãos Wachowski. Ele dizia que a experiência dos dois irmãos ia além do cinema:

Neste capítulo, irei definir o fenômeno Matrix como uma narrativa transmidiática. Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2008, p. 135).

Pierre Lévy, alguns anos antes (1999), tentava definir o que seria, de fato, *multimídia*.

O termo multimídia é corretamente empregado quando, por exemplo, o lançamento de um filme dá lugar, simultaneamente, ao lançamento de um videogame, exibição de uma série de televisão, camisetas, brinquedos etc. Neste caso, estamos de fato frente a uma “estratégia multimídia”. Mas se desejamos designar de maneira clara a confluência de mídias separadas em direção à mesma rede digital integrada, deveríamos usar de preferência a palavra “unimídia” (1999, p. 65. O grifo é do autor).

Desta maneira, é possível ver relações entre a *narrativa transmidiática*, de Jenkins, e a *multimídia*, de Lévy. Ambas traçam estratégias que relacionam veículos diversos, com o intuito de montar uma grande história, que Jenkins chama de universo. Esta história transita por meios e linguagens e não tem a pretensão de ser lida em sua totalidade, pois dar conta dela pode não ser nada fácil, visto que são muitas as entradas possíveis para este universo.

Além disso, é preciso observar que este universo se constrói numa estrutura muito semelhante à de uma rede, onde os diversos pontos – ou nós – se conectam formando o todo. Assim também é o hipertexto – ou a hipermídia –, como que um reflexo desta mesma rede da qual ele é um elemento. Esta construção espelhada, seja a da rede digital, seja a do hiperdocumento, serve para jogar luzes sobre a ideia da *transmídia* ou da *multimídia* ser bastante abrangente e atingir muitos setores.

Jenkins, em seu livro, está particularmente preocupado com a questão do mercado. No entanto, pensando sobre a *narrativa transmidiática*, ela seria apenas destinada a certos modos de consumo de massa, ligados aos meios de comunicação? Seria possível pensar em outras maneiras de observar características transmidiáticas em outras esferas? O que este trabalho pretende é exatamente fazer esta investigação com relação ao jornalismo.

Jornalismo multimídia ou transmidiático?

Há mesmo a possibilidade de um jornalismo que se caracterize como *multimídia*, nos termos de Lévy, ou *transmidiático*, na visão de Jenkins? Primeiramente, há que se colocar um parâmetro em tudo isso. Jeff Gomez, diretor da Starlight Runner Entertainment e um dos pioneiros em narrativas transmidiáticas, em um evento na **Rede Globo**, em fevereiro de 2010, disse que é possível fazer jornalismo no modelo de *narrativa transmidiática*:

A essência é a habilidade de converter histórias, de um jeito que fará você esperar o comercial para ver o que acontece e até tomar ações. Mas acho que a

principal coisa que pode ajudar é permitir um diálogo mais estreito entre o espectador e o jornalista, e a empresa de comunicação. Quando há diálogo é mais fácil de fazer mudanças. (GOMEZ, 2010. Disponível em: <http://blogs.rede Globo.globo.com/tarolando/2010/02/05/pergunta-pergunta-esse-modelo-de-narrativa-transmidia-storytelling-pode-ser-aplicado-ao-jornalismo-voce-conhece-algum-caso/>)

O problema é que este tipo de jornalismo não pode estar atrelado somente a questões comerciais e de mercado, pois esta visão é muito estreita se for considerada a parte do mercado, como muitas vezes parece ser a que mais ocupa a discussão de Jenkins. Ao lado desta questão está uma outra, talvez mais importante para o jornalismo, que é ver como uma história pode ser contada a partir de vários meios distintos, sem uma preocupação única de “vender” esta história e o que mais estiver relacionado a ela.

Sam Ford, pesquisador do MIT, por exemplo, é um dos que se preocupam em fazer esta distinção. Em *post* publicado no MIT Convergence Culture Consortium (C3), em abril de 2007, ele declara que é preciso explicar o que é um *jornalismo transmidiático* e diferenciá-lo do que é chamado de “uberjornalismo”, onde o repórter torna-se uma espécie de faz-tudo na redação integrada dos diversos veículos de um conglomerado de mídia.

Tentando entender melhor esta questão, é preciso fazer uma distinção entre convergência e *transmídia*. Talvez a melhor forma seja observar bem o que Pierre Lévy fala sobre *multimídia* e “unimídia” e tentar traduzir dali os conceitos de convergência e *transmídia*. Fazendo este paralelo, *transmídia* e *multimídia* se assemelham, como já foi dito, pelo fato de juntarem diversos meios para dar conta de uma história que se estende por um universo; já a convergência e a “unimídia”, muitas vezes, são tratadas como um espaço único, para onde as narrativas parecem convergir. Neste ponto, há que se fazer uma ressalva, também. Jenkins não aposta numa “caixa-preta”ⁱⁱ, que vá ser o ponto de convergência de tudo o que existe em termos de comunicação. Não existe para ele a tela ideal, onde todos os veículos vão estar concentrados (2008, p. 38-42). Mesmo assim, a convergência não deve ser entendida diretamente como uma experiência transmidiática.

Esta vai mais além, tratando de

um modelo de narrativa em que várias plataformas são utilizadas ao mesmo tempo para contar uma história. No entanto, as plataformas são utilizadas de “forma inteligente”, sincronizadas, sem cair na redundância de conteúdo e com alto índice de participação das pessoas. (DÓRIA, 2010)

O difícil, ainda, é visualizar este *jornalismo transmidiático* na prática, já que o que se vê, na maioria das vezes, são os modelos de veículos analógicos sendo transplantados para o meio digital. Isso não facilita em nada a missão de se buscar um jornalismo que transponha os limites de um veículo para se fazer presente em vários deles, com conteúdos complementares. O *jornalismo transmidiático* deve apontar efetivamente para esta linha, fugindo da convergência para um único espaço e de um “uberjornalismo”, onde o repórter é o faz-tudo da empresa.

Mais claramente, o *jornalismo transmidiático* ou *multimídia* indicaria verdadeiramente uma conexão de meios e menos uma disputa pela sobrevivência entre eles, o que traz uma nova visão principalmente dos veículos impressos. Estes, hoje quase sempre condenados a desaparecer, pelo seu alto custo e pelos problemas ambientais que acarreta, poderiam ser vistos por um outro prisma, se pudessem auxiliar os outros meios, como a própria TV, o rádio e mesmo a Internet, com a possibilidade de tratar dos assuntos cotidianos sob um viés mais próprio do veículo em papel. A profundidade da matéria, com um comentário mais denso e detalhado, com a busca por um modo de se fazer reportagens mais contextualizadas poderia render ainda um tempo de vida maior a este tipo de meio, com a vantagem de ele fazer parte de uma rede, já que poderia remeter a outros veículos e também ser indicado por eles.

A ideia de uma melhor contextualização parece ser uma das que mais pode se beneficiar deste modo de propagar a informação e também de conectar as pessoas a outras possibilidades de se entender um acontecimento. Pensa-se efetivamente em reportagens, principalmente, que se relacionem à Web, aos programas televisivos e radiofônicos, a livros, quadrinhos, espetáculos teatrais, filmes – estejam eles nos cinemas ou disponíveis em formato DVD ou Blu-ray. Tudo isto, interconectado, formando a ideia de um universo de comunicação, apoiando o usuário em sua navegação atrás das diversas facetas do acontecimento, estejam elas em que meio for.

Entendendo a organização da rede

Há ainda um apelo ao modelo de comunicação e menos uma preocupação com a passagem da mensagem, característico da notícia, que fica mais próxima da chamada “comunicação de massa”. A chegada dos meios de comunicação em rede trouxe novas possibilidades para o jornalismo, principalmente por colocar em

questão a estrutura vigente. Já não é mais verdade que a informação é que deve ser passada a qualquer custo por um determinado meio para atingir ao maior número de pessoas possível. Este tipo de “dogma” funcionou bem para a sociedade de massas, mas hoje começa a ser contestado. Quando há uma busca por um público específico, por um nicho de mercado, por uma audiência interessada, o eixo da comunicação de massa tem que ser revisto e alterado. Não faz sentido gastar uma grande quantidade de esforço e de dinheiro para fazer, por exemplo, uma propaganda de uma loja de grife cara que seja veiculada na TV aberta num horário destinado a um público infantil, que não tem poder aquisitivo e nem interesse nos artigos da tal loja.

Da mesma forma, fazer jornalismo hoje também é, cada vez mais, atentar para o público que está se procurando alcançar. Além disso, é preciso entender mais o público em si, buscando um maior contato com ele e atendendo mais diretamente os seus anseios, por mais que estes ainda possam ser resultado de uma campanha de massificação de uma marca ou produto. Assim, não adianta ficar pensando unicamente em uma massa de pessoas sem um perfil claro e amplamente manobrável por determinadas estratégias de marketing. Atualmente, isso não pode ser visto mais como o principal. Quando existe a visão de um espaço fragmentado, segmentado, que compõe a sociedade contemporânea, a ideia de público deve vir antes de qualquer outro entendimento.

Ao lado disso, com as redes se desenvolvendo a cada dia, há também um foco maior na participação efetiva do usuário. Por mais que ainda estejamos distantes da tão falada interatividade, há que se pensar nela sempre como uma possibilidade, já que os diversos públicos começam a buscar seus próprios caminhos e a fazer suas escolhas, procurando sempre compartilhar experiências e aumentar suas redes de contato no que se refere a uma ampla gama de interesses, que podem ir desde opções de uma mercadoria para ser comprada a uma escolha para um candidato à presidência da República.

Com a opção da *transmídia* – que tem muitos defensores justamente nos ramos da publicidade e do marketing –, é preciso entender que este modo de comunicação que tenta fugir do modelo massivo também pode ser visto fora do comunicacional, simplesmente, conforme os exemplos acima. No entanto, para efeito deste estudo, as práticas comerciais da *transmídia* são de menor interesse, apesar de elas existirem e também fazerem parte do universo dos grandes conglomerados de

mídia. Um caso a ser citado aqui é a vinda de Jeff Gomez para dar uma palestra na Rede Globo sobre *transmídia*.

Transmídia no jornalismo

Neste sentido, é preciso entender a *transmídia* em sua forma menos comercial, da publicidade e do marketing, e mais aplicada ao conteúdo editorial dos veículos de comunicação. A proposta pode até ter uma relação com o que foi proposto no ano de 2009, quando se tratou no congresso da Intercom ocorrido em Curitiba – PR, de uma possibilidade de jornalismo na Web que adotaria o que foi chamado de “mônada aberta” (PERNISA JÚNIOR & ALVES, 2009a). Nesta ideia de jornalismo, cabe a quem faz a reportagem tentar organizar blocos de informação que contenham o máximo de dados sobre um determinado tema específico que faça parte de um assunto mais geral. Este assunto geral seria composto, então, de várias destas “mônadas”, que se ligariam por meio de *links*.

De certa forma, esta proposta tem relação com o que João Canavilhas diz ao montar um modelo de “pirâmide deitada” (2005). O autor busca alternativas ao modelo clássico jornalístico da “pirâmide invertida”ⁱⁱⁱ, pois o considera pouco produtivo para o jornalismo digital. “Usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação” (2005, p. 7). Em sua proposta, Canavilhas adota um modelo em que o desenvolvimento não vai, necessariamente, do mais importante para o menos importante, mas sim naquele em que a notícia desenvolve-se “de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise” (2005, p. 13).

Comparando o modelo de “pirâmide deitada” com a estrutura da “mônada aberta” tem-se que o primeiro está preocupado com a leitura e com o desenvolvimento do texto, mesmo que este se apoie no usuário. Assim, ainda é um modelo que está ligado ao jornalismo impresso – o que Canavilhas efetivamente explicita no início de seu trabalho. No entanto, com o desenvolvimento da Web, há que se pensar em outras formas jornalísticas para ela, e mesmo além dela. A “mônada aberta” pode ser utilizada tanto na Web como nesta perspectiva de um *jornalismo transmidiático*, onde diversos veículos participam da construção da reportagem. É

importante retomar as questões da reportagem e do jornalismo na Web antes de se analisar o modelo *transmidiático* e a “mônada aberta”.

Enquanto há uma preocupação apenas com a notícia – o que é claramente visto em pesquisas sobre o jornalismo na Web –, o caso da reportagem neste meio fica quase sempre em segundo plano. Isso faz com que estudos deste tipo pareçam à margem das discussões, já que o foco é mais voltado para a notícia. De certo modo, porém, é curioso este enfoque, já que deveria ser a reportagem – e não a notícia – o grande interesse da Web. Isso seria exemplificado pela insistência em que se fala de a Web não ter limites para a publicação, no sentido de que, no jornal impresso, e mesmo no rádio e na TV, há limitações que podem ser espaciais – tamanho da página – ou temporais – duração do programa jornalístico televisivo ou radiofônico. Se estes limites são pouco relevantes na Web, a reportagem poderia ser mais trabalhada neste meio. O problema é a crença de que as pessoas não leem grande quantidade de texto no computador – o que, no mínimo, é discutível –, mas que vem sendo usada como um ponto importante quando se trata da produção de material para a Web.

Outro ponto é que ainda não existe um jornalismo que seja produzido levando-se em conta efetivamente a rede. Normalmente, o que se tem é o jornalismo que trata da notícia e que pouco se importa com uma estrutura hipertextual. Assim, caracteriza-se um produto que tem mais relação com os veículos impressos do que com a Web. Nos raros casos em que a estrutura hipertextual é levada em conta, ainda há também muito o que ser desenvolvido para se pensar numa rede. Isso sem falar que muitos dos *links* não podem ser feitos por razões comerciais, pois a estrutura em que se trabalha é a dos portais de grandes empresas de mídia, onde o que está fora de seu alcance passa a ser encarado como algo que representa uma ameaça e não mais uma possibilidade de diálogo para com o usuário.

Para haver um jornalismo que trate da reportagem na Web, estes primeiros entraves deveriam ser superados, e os objetivos apontarem para a construção da chamada grande matéria e menos para as notícias e notas comuns hoje neste ambiente. Com isso, pode-se pensar na possibilidade da “mônada aberta”, como uma das maneiras de se fazer jornalismo na Web. Neste tipo de construção, cada matéria deveria ser pensada dentro de uma estrutura maior, como nas reportagens de maneira geral. Esta estrutura geral conteria uma quantidade variável de matérias que se relacionariam entre si, construindo o todo. Nota-se que esta construção é feita

basicamente por meio de *links*, onde cada um destes remete a algo que está fora do interesse principal de seu foco de atenção. Assim, cada matéria menor deve ter uma angulação precisa e bem desenvolvida, que se liga às outras de modo a criar uma estrutura maior, que pode ou não ser vista pelo usuário, conforme o seu interesse. Note-se que não se trata de um modelo ou de uma receita para jornalismo na Web, mas, muito mais, uma sugestão, já que a própria ideia de jornalismo na rede ainda parece estar em um estágio bastante inicial.

Seguindo o raciocínio, a “mônada aberta” poderia também servir para um possível *jornalismo transmidiático*, onde cada veículo seria como a matéria menor feita na estrutura para a Web e se ligaria a outros, formando a rede contextualizada de material para a consulta do usuário em diversos meios. O mais importante é que cada meio tenha como desenvolver seu potencial em estruturas menores, mas bem precisas, onde o ideal seja a rede e não unicamente aquela matéria produzida para determinado veículo. Havendo este compromisso, a contextualização seria alcançada por meio de uma relação entre os diversos veículos que tratem daquele tema geral, mas também porque cada um destes veículos trata da matéria com o que tem de mais relevante para o seu aprofundamento. Assim, não adianta ter um vasto material imagético e privilegiar as publicações impressas ou o rádio, onde todo este potencial seria reduzido pela impotência do meio em lidar com imagens – no caso do rádio – ou por sua limitação espacial – no caso dos meios impressos.

Para finalizar, é preciso verificar que este *jornalismo transmidiático* seria menos afeito a um único veículo, mas a articulação entre diversos deles. As ligações devem ser vistas como algo que faz parte deste contexto – não importando tanto quais são os meios em questão, mas seu potencial para o desenvolvimento do todo, que seria aqui a narrativa jornalística. Assim, jornais e revistas impressos podem ser utilizados ao lado de sites da Web, bem como espetáculos teatrais, filmes e livros podem se agregar a esta rede – ressaltando que meios analógicos e digitais podem conviver neste ambiente. A inspiração é a *narrativa transmidiática* proposta por Jenkins, mas não se deve apenas ver nela o horizonte deste tipo de jornalismo, já que há sempre o perigo redutor da visão de mercado que o pesquisador do MIT muitas vezes coloca nas suas análises.

Assim, acredita-se que, hoje, o *jornalismo multimídia* ou *transmidiático* ainda é algo que se deve tratar no âmbito do conceito, com o cuidado de não se restringir as suas potencialidades, ao mesmo tempo em que se deve cultivá-lo, sempre com a

perspectiva da experimentação, que vai além do que está, de certa forma, programado, e busca novos caminhos a cada dia.

Referências

- CANAVILHAS, João. **Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**, 2005. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2009.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. Por que a “Cultura da convergência”, de Jenkins, interessa a jornalistas? In: _____. **Monitorando**, 2009. Disponível em: <http://monitorando.wordpress.com/2009/05/17/por-que-a-cultura-da-convergencia-de-jenkins-interessa-a-jornalistas/>. Acesso em: 03 jun. 2010.
- DÓRIA, Tiago. Transmídia pode ser aplicada ao jornalismo. In: _____. **Tiago Dória Weblog: doses diárias de cultura digital, tecnologia e mídia**, 2010. Disponível em: <http://www.tiagodoria.ig.com.br/2010/02/05/transmidia-pode-ser-aplicada-ao-jornalismo/>. Acesso em: 04 jun. 2010.
- FORD, Sam. Transmedia Journalism: A Story-Based Approach to Convergence. In: **Convergence Culture Consortium**, 2007. Disponível em: http://www.convergenceculture.org/weblog/2007/04/transmedia_journalism_a_storyb.php. Acesso em: 04 jun. 2010.
- GOMEZ, JEFF. Pergunta: Esse modelo de narrativa transmídia storytelling pode ser aplicado ao jornalismo? Você conhece algum caso? In: **Tá Rolando**, 2010. Disponível em: <http://blogs.redeglobo.globo.com/tarolando/2010/02/05/pergunta-pergunta-esse-modelo-de-narrativa-transmidia-storytelling-pode-ser-aplicado-ao-jornalismo-voce-conhece-algum-caso/>. Acesso em: 04 jun. 2010.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Tradução: Maria Luísa X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2001.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 10ª ed. São Paulo: Cultrix, 1995.
- MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. Tradução: Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.
- PERNISA JÚNIOR, Carlos & ALVES, Wedencley. Mônada aberta: verticalidade e horizontalidade no jornalismo na Web. In: **Anais – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009**.
- PERNISA JÚNIOR, Carlos & ALVES, Wedencley. Narrativas contemporâneas: algo além da auto-referenciação e da fórmula pronta? In: **Trabalhos – III Simpósio Nacional ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura – São Paulo – 16, 17 e 18 de novembro de 2009** – Disponível em: http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/5_jornalismo/eixo_5_art11.pdf
- SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

SANTAELLA, Lucía. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia.** 3ª ed. São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 2005.

Carlos Pernisa Júnior é doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e professor associado do Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (MG). E-mail: carlos.pernisa@ufjf.edu.br

Notas

ⁱ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Caxias do Sul, RS, 2010.

ⁱⁱ Caixa-preta seria um equipamento ou dispositivo tecnológico que contém dentro de si algo a que o usuário não tem acesso, mas que é utilizável por ele, sem que este usuário tenha ideia de como aquilo realmente funciona. Um eletrodoméstico ou um outro equipamento eletrônico ou computadorizado são exemplos de caixas-pretas contemporâneas.

ⁱⁱⁱ Segundo Mar de Fontcuberta, em *A Notícia: pistas para compreender o mundo*. Lisboa: Editorial Notícias (1999), citado por Canavilhas (2005), a pirâmide invertida nasceu durante a Guerra de Secessão, nos Estados Unidos, quando os jornalistas, para usarem o telégrafo, tinham pouco tempo disponível e estavam sujeitos a quedas na transmissão dos dados. Por isso, esta transmissão era feita por turnos: cada jornalista podia postar um parágrafo a cada rodada. Daí nasceu a ideia de colocar primeiro as informações mais importantes e, depois, as complementares, criando o modelo da pirâmide invertida.