



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

DÉRIK MENDES DA SILVA

Da televisão à live no Facebook: O telejornalismo A Patrulha da Cidade e os novos modos de circulação e consumo de jornalismo

**CAMPINA GRANDE – PB
2019**

DÉRIK MENDES DA SILVA

Da televisão à live no Facebook: O telejornalismo A Patrulha da Cidade e os novos modos de circulação e consumo de jornalismo

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na modalidade artigo, apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Área de concentração: Mídia e estudos culturais.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva.

**CAMPINA GRANDE – PB
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586t Silva, Derik Mendes da.
Da Televisão à live no Facebook: [manuscrito] : o telejornalismo A Patrulha da Cidade e os novos modos de circulação e consumo de jornalismo / Derik Mendes da Silva. - 2019.
19 p.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.
"Orientação : Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva, Departamento de Comunicação Social - CCSA."
1. Telejornalismo. 2. TV Borborema. 3. Rede social - Facebook. I. Título

21. ed. CDD 070.195

DÉRIK MENDES DA SILVA

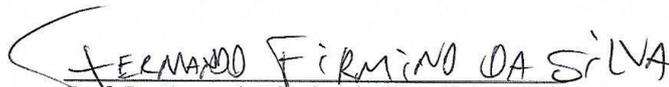
DA TELEVISÃO À LIVE NO FACEBOOK: O TELEJORNALISMO A PATRULHA DA
CIDADE E OS NOVOS MODOS DE CIRCULAÇÃO E CONSUMO DE JORNALISMO

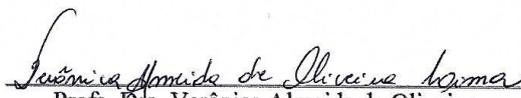
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na
modalidade artigo, apresentado ao curso de
Jornalismo da Universidade Estadual da
Paraíba (UEPB), como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

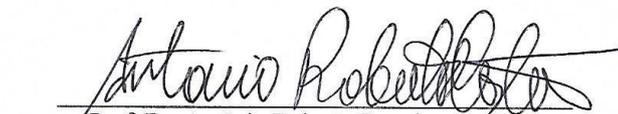
Área de concentração: Mídia e estudos culturais.

Aprovada em: 04/12/2019.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Antônio Roberto Faustino da Costa
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. JORNALISMO CONVERGENTE: TELEJORNALISMO NA INTERNET	7
2.1. O TELEJORNALISMO QUE SE TRANSFORMA DE ACORDO COM O MEIO .	9
3. REDES SOCIAIS: NOVOS MODOS DE CIRCULAR E CONSUMIR JORNALISMO.....	10
4. DISCUSSÃO E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA.....	12
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	17
REFERÊNCIAS	18

DA TELEVISÃO À LIVE NO FACEBOOK: O TELEJORNALISMO A PATRULHA DA CIDADE E OS NOVOS MODOS DE CIRCULAÇÃO E CONSUMO DE JORNALISMO

Dérik Mendes da Silva¹

RESUMO

O jornalismo se reinventa à medida que mantém sua existência. O telejornalismo que circula na TV não é mais suficiente para atender o poder de consumo do público. Por isso, televisão e internet convergiram, atribuíram-se de novos modos de circulação e de consumo e criaram novos hábitos. Diante desse cenário de convergência, a TV Borborema mergulhou na digitalização e colocou o telejornalismo A Patrulha da Cidade como produto que interage com todas as partes desse novo cenário. O programa televisivo, agora também é reproduzido simultaneamente no Facebook adequando-se aos novos modos circular e consumir jornalismo. Para discorrer sobre esse processo utilizamos os conceitos defendidos por Salaverría (2014), Jenkins (2008) e Primo (2008), o que possibilitou entender de que formas os meios online, convergiram com os não online, adequando-se aos novos padrões de consumo. Observando os processos de interação e participação que balizam o rumo para qual esse novo modo de jornalismo foi levado. Caracterizando, a partir da metodologia de observação que os novos hábitos de consumo foram alterados através da mediação por computador, e novas formas de interação passaram a fazer parte dos novos modos de circular e consumir jornalismo.

Palavras-Chave: Rede social. Telejornalismo. Interação. TV Borborema.

ABSTRACT

Journalism reinvents itself as it maintains its existence. The television news that circulates on TV is no longer enough to meet the consumer power of the public. As a result, television and the Internet converged, attributed themselves to new modes of circulation and consumption, and created new habits. Faced with this scenario of convergence, TV Borborema immersed itself in digitization and placed the City Patrol television journalism as a product that interacts with all parts of this new scenario. The television program now also plays simultaneously on Facebook, adapting to the new modes of circulation and consuming journalism. To discuss this process we used the concepts defended by Salaverría (2014), Jenkins (2008) and Primo (2008), which made it possible to understand how online media converged with non-online media, adapting to new consumption patterns. . Observing the processes of interaction and participation that guide the direction in which this new mode of journalism was taken. Characterizing from the observation methodology that the new consumption habits were changed through computer mediation, and new forms of interaction became part of the new ways of circulating and consuming journalism.

Keywords: Social Networks. Telejournalism. Interaction. TV Borborema.

¹ Aluno de Graduação em Jornalismo na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I.
Email: derik-mendes@hotmail.com.br

1. INTRODUÇÃO

Pode-se compreender a prática de fazer jornalismo como um conjunto de técnicas e métodos organizados por etapas: apuração, produção, circulação e consumo (MACHADO; PALACIOS, 2007). Que passam a serem organizados a partir da reunião de informações, realização de contato com os agentes envolvidos e verificação de cada informação (apuração), aplicando-as às rotinas de produção para que sejam finalizados para os mais variados formatos (produção), até chegar ao ponto de disponibilizar essa informação, levando em conta cada meio que será oferecida (circulação), e a partir dessa disposição nos meios, possa ser finalmente consumida (consumo). Diante disso, a circulação e o consumo do produto jornalístico contemplam as últimas etapas desse metódico e complexo processo, sendo eles conjuntamente, os responsáveis pela maior parte das transformações que ocorrem na produção jornalística ao longo da história.

O consumo desses produtos jornalísticos (notícias) faz parte do cotidiano da sociedade, e a cada dia que passa notamos a presença cada vez maior da internet sendo modulador desse consumo através das suas mais variadas possibilidades de acesso. Contudo, a televisão continua tendo seu lugar de destaque no consumo de conteúdo jornalístico, por ser o meio de comunicação mais popular ao longo das décadas, mas a internet avança, e já se aproxima muito das tvs no tocante ao consumo noticioso de vídeos e de outros conteúdos.

Dentro desse contexto de circulação e consumo de tv e internet, a pesquisa TIC Domicílios² realizada em 2018 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic), mostrou que 96% dos domicílios brasileiros possuem televisão, nessa mesma pesquisa também foi mostrado que 70% dos brasileiros estão conectados pela internet.

A rápida expansão dos recursos tecnológicos, e com a alta popularização dos sites de redes sociais, o consumo de notícias por essas plataformas teve perceptível crescimento. De acordo com uma pesquisa realizada em 2019 pelo Digital News Report³, do Reuters Institute, cerca de dois terços dos adultos brasileiros (64%) recebem notícias por meio das redes sociais. Dentre as redes sociais, o Facebook é a rede social que os brasileiros mais usam para notícias, cerca de cinco em cada dez brasileiros (54%) recebem notícias no Facebook.

Diante desses dados, evidencia-se a transformação que os brasileiros passam nos seus hábitos de consumo, apesar da televisão manter sua predominância, a internet com ênfase nas redes sociais online avança sobre os novos hábitos, reconfigurando os padrões de consumo de notícias pelos brasileiros.

Mas essa proximidade entre os meios televisão e internet não ficam apenas nos dados estatísticos. Na verdade, esses dados são produtos dos novos hábitos, levados por consequência, pela proximidade prática que os dois meios realizam através da convergência que eles proporcionam. As conexões que aproximam os dois meios formam um novo tecido conector de consumo, que utilizam tv e internet simultaneamente, promovendo alterações em cada meio específico, e em todos ao mesmo tempo.

Nesse contexto inserimos A TV Borborema, fundada em 1963 pelo jornalista Assis Chateaubriand, inicialmente fazendo parte da extinta TV Tupi, e logo depois se filiando ao SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). A TV Borborema “é uma emissora de televisão de Campina Grande que se caracteriza por possuir um caráter popular em sua programação” (TV BORBOREMA, 2019). Com isso, seus conteúdos buscam sempre atender as

² Pesquisa disponível em: <http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM> acesso em 14 nov. 2019.

³ Pesquisa disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/brazil>> acesso em 15 nov. 2019.

características do seu maior público, onde entra A Patrulha da Cidade, que é um telejornal policial, foi ao ar pela primeira vez em 1996, e tem no seu formato uma proposta de interação maior com o público. Nos últimos anos vem tendo novas atribuições dentro do contexto de convergência e de redes sociais, adequando-se aos novos hábitos de consumo de mídia passou a transmitir simultaneamente parte da sua programação pelo Facebook.

Desde que o telejornal passou a ser transmitido pela rede social, o programa possibilitou aos telespectadores e/ou internautas a participação ativa, quebrando a passividade presente nas TVs, levando em conta a utilização das mídias digitais, principalmente com a apropriação das características dos dispositivos móveis, que reformula os processos característicos de sociedade participativa, a partir da possibilidade de permitir que ocorra transformações nos hábitos de participação e de consumo, alterando as formas de consumo atribuídas a indústria cultural.

Portanto, diante do novo cenário de circulação e consumo do jornalismo, compreender como cada elemento que constitui, ou participa dessas etapas é fator fundamental para entender a dinâmica da informação. E até mesmo, para que ocorram incrementos que promovam alterações, tanto nos elementos, quanto nas etapas levando a obtenção de novos sentidos. E é em busca de descobrir como ocorrem as participações de cada elemento, inserido em cada uma das etapas, e de como esses elementos promovem alterações nos sentidos da circulação e no consumo do jornalismo que essa pesquisa se debruça.

Diante disso, buscamos resposta, que nos levem a entender, considerando as características de cada meio, de que modo os recursos digitais “*online*” presentes no Facebook, convergem com os recursos não “*online*” da televisão na produção de conteúdo e de sentido durante as transmissões do programa da tv? E com base no conceito de cultura participativa, como podemos identificar esses novos hábitos que proporcionam aos usuários quebrar a passividade existente no consumo televisivo e promoverem interação com o digital da participação interativa no caso em estudo?

Para isso, a pesquisa, que se concretiza ao longo deste artigo, tem o **objetivo geral** de compreender como as etapas de circulação e consumo do conteúdo jornalístico sofrem alterações, e atribuem-se de novos recursos a partir do processo convergente entre TV e Internet, ocorrido durante as exibições do programa A Patrulha da Cidade, na TV Borborema, e transmitido simultaneamente ao vivo pelo Facebook. Para efetivar esse objetivo geral buscamos arcabouço nos estudos que compreendem o processo de convergência das mídias proposto por Salaverría (2014), cultura participativa discutido por Jenkins (2008), e a mediação por computador discutida por Primo (2008).

Aspectos que ficarão mais evidentes a partir dos **objetivos específicos** que formulamos com o intuito de: 1. Verificar como ocorre processo de convergência do programa “A Patrulha da Cidade” transmitido simultaneamente na televisão e na internet; 2. Identificar quais os recursos que o programa utiliza ao longo das transmissões na rede social para interagir com os usuários formando uma identidade coletiva do programa, proporcionando novas formas de participação de cada agente; 3. Identificar quais os hábitos de consumo são alterados a partir das novas formas de participação presentes no programa mediados pela convergência.

No qual, qualitativamente, realizamos levantamento bibliográfico que pudesse dar suporte conceitual à pesquisa, e aplicamos Ficha de Observação⁴, para que pudessemos coletar dados sobre o formato das transmissões e os aspectos de interação do programa na página da rede social, no qual pudemos entender como os hábitos dos consumidores

⁴ Ficha da ficha de observação, Disponível em:

<https://docs.google.com/document/d/1OS4e3loxwBSUzNYZ89XKA6iEeK_T9te1rMQd-YbchLE/edit?usp=sharing> acesso em 27 nov. 2019.

podem ser alterados a partir dos novos processos de circulação, e das novas possibilidades de participação que são possíveis a partir dos dispositivos que mediam o processo de circulação e consumo do jornalismo nesses novos modelos.

A partir do entendimento desses processos, a pesquisa pretende contribuir no âmbito científico, dando novas respostas, e/ou participado de novas discussões sobre a temática.

2. JORNALISMO CONVERGENTE: TELEJORNALISMO NA INTERNET

A partir do primeiro contato, do primeiro olhar direcionado e da primeira imagem percebida, o homem cria uma relação com a televisão de profundo encanto, algo que o leva a quase dominação de suas emoções perante as capacidades dessa tecnologia que envolve numa complexa relação de imagens em movimento, com cores e sons. O homem, nesse momento, decerto cria uma relação entre seu imaginário e sua realidade, parafraseando Marcondes filho (1998).

São os lares brasileiros que concentram o maior público consumidor de televisão no país, até os dias de hoje, visitar e encontrar uma televisão na sala de um domicílio é algo bastante comum, quando não nas salas, geralmente nos cômodos que reúnem o maior número de pessoas.

Contudo, apesar de estar em quase todos os lares, a televisão nem sempre foi assistida por todos. Isso por inicialmente, os aparelhos de televisão, serem encontrados apenas nas salas das famílias com condições sociais mais favorecidas. Motivo esse, que dificultava o acesso a esse meio de forma mais difusa e democrática, fazendo com que assistir televisão fosse um hábito de poucos. No entanto, nos locais que haviam aparelhos televisores, eles serviam como um ponto de reunião para prestigiarem as transmissões geradas, formando um grande espetáculo entre os mais próximos. Com isso, criava-se em detrimento aos conteúdos transmitidos uma cadeia de relações entre os que ali estavam, realizando discussões que partiam fundamentalmente das telas repletas de chuviscos em preto e branco. Caracterizando que “o ato de ver, que domina a forma como o público se relaciona com o meio, partilhando opiniões com alguém que está ao seu lado no momento da emissão, está presente na cena da TV desde as primeiras emissões” (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 32). Algo que de certa forma, já possibilitavam as primeiras interações entre telespectadores, fazendo com que o conteúdo assistido, mesmo após o fim da transmissão criasse uma cadeia de comentários entre os que assistiram.

As transformações em torno da tv foram acontecendo rapidamente ao longo dos anos, e o objeto que inicialmente era adquirido apenas por famílias com maiores condições, passou a ter maior abrangência comercial, sendo produzido em série, possibilitando a aquisição, tornando o objeto mais acessível às famílias menos favorecidas. Justapondo a esse processo de facilitação ao acesso, também ocorriam transformações nas suas fontes de produção, nesse momento foram criadas novas emissoras de tv, que conseqüentemente produziram mais conteúdo a serem consumidos. Corroborando, Ribeiro; Sacramento; Roxo (2010) destacam que a década de 1960 ficou marcada pela popularização da televisão e pelo início da indústria cultural no Brasil.

Nas décadas seguintes, o processo de transformações seguia cadenciando mudanças nos hábitos. Nos anos 1970, chegaram as cores que mudava a percepção das coisas assistidas, o vislumbre com os traços da realidade tornava-se mais evidente. O contato com o cotidiano era mais frequente, e os usuários de televisão, agora em maior número, adequavam seus hábitos às programações em um movimento de duplo sentido, por que ao mesmo tempo as emissoras realizavam “a consolidação de uma grade de programação com base na divisão entre o trabalho e o lazer dos membros da família” (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 64).

Durante os anos de 1980 e 1990, eram implementadas novas tecnologias, e novos hábitos surgiam, ou até mesmo adequaram-se. Nesses anos surgiram os videogames, os vídeos cassetes, os controles remotos, os CD's e DVD's. A estrutura de consumo tomava novo rumo, e a interação do indivíduo com a máquina passava a ser introduzida com mais frequência.

As transformações ocorridas a partir dessas décadas, passam a carregar as vontades de cada indivíduo consumidor na ponta da discussão. A ideia dos novos hábitos de interação são tidas como centrais, e desta vez, a discussão carrega consigo o processo convergente com outro meio de comunicação, e passa a discutir um novo tipo de televisão no qual conteúdos são produzidos levando em consideração as possibilidades de disponibilização também, através da internet, que a partir das novas condições de infraestrutura técnica podem resultar em uma experiência que vai além da maneira de assistir uma TV convencional.

A possibilidade da digitalização dos conteúdos, ou de informação extras sobre o que se passava na televisão, dava aos consumidores possibilidade de adequar seus interesses pelos conteúdos de televisão, aos seus hábitos cotidianos, por vezes colocando o consumo televisivo em segundo plano. Como no caso de uma telenovela que tem capítulos diários, e respectivamente a divulgação dos resumos, antecipadamente à exibição do capítulo pode definir se o usuário irá assistir ou não o capítulo na televisão, ou ficar apenas com as informações que obteve no resumo pela internet. Mediante essa questão os autores destacam que:

Cientes de que as dificuldades aumentam em função principalmente dessa migração dos telespectadores de TV para os ambientes conectados em rede, as emissoras estão investindo em ações de fidelização da audiência mais sintonizadas com o movimento em curso de convergência dos suportes. A televisão digital apresenta-se como uma das soluções capazes de concretizar a convergência entre TV, computador e telefone. (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 315).

Para os autores, o processo de interação do telespectador, mediado pelas novas formas de obtenção dos conteúdos, leva a algumas consequências, mudando ou adequando os hábitos de consumo.

Contudo, as emissoras trabalham sobre os novos hábitos de consumo e “passam a ter como objetivo forjar uma cultura de consumo interativa e multimidiática” (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 331), para fortalecer o consumo dos seus produtos, tanto na internet, quanto na televisão.

Mesmo com a inserção das novas formas de consumir conteúdos, disponibilizadas pela internet, a televisão confirma sua presença indispensável nos lares, e de acordo a pesquisa TIC Domicílios realizada em 2018 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC, 2018), apontou que 96% dos domicílios brasileiros possuem televisão. Mediante o resultado, a pesquisa apenas conforma a supremacia que a Tv ainda detém sobre os demais meios de comunicação. Sem dúvida, a sua facilidade de adaptação tecnológica e suas fáceis condições de infraestrutura técnica, fazem com que acompanhe as recorrentes transformações das práticas sociais e dos hábitos culturais que seus telespectadores promovem ao longo do tempo, talvez esses sejam os fatores que contribuem para que sua permanência seja indispensável dentro dos lares brasileiros.

Fatos que curiosamente, acompanharam a trajetória da televisão, e até hoje pessoas mantem o habito de comentar com outras sobre o que assistiram, ou até mesmo estabelecer discussões sobre o que estão assistindo no mesmo próprio momento das transmissões. No nosso cotidiano os hábitos permanecem, contudo, atribuindo-se de novos modelos de

comunicações disponíveis, e para isso, utiliza-se a internet para aproximar as pessoas, que podem estar próximas ou distantes.

Com a participação cada vez maior de uma internet mais flexível, que proporciona maiores interações, e mais acessível, estar conectado faz parte do processo de transformação cultural e social. confirmando essa participação social, a pesquisa TIC domicílios (2018) apresentou dados destacando que 70% dos brasileiros estão conectados pela internet. E essa participação da sociedade conectada possibilita produzir e compartilhar conteúdos próprios e criar novas relações de interação com indivíduos de lugares distintos, e diversas outras possibilidades que em algum momento foi desejada e que por falta de recursos não foi atendida. Essas novas possibilidades, reformulam mais uma vez os hábitos, apontando para uma necessidade cada vez maior de interatividade.

Esse novo cenário, aponta para novas estratégias de captura da atenção dos consumidores, despertada pela cultura digital contemporânea imposta pela indústria audiovisual, conforme destaca Jenkins (2012, p. 326), “De fato, muitos líderes da indústria afirmam que a razão principal de a televisão não poder continuar a operar do mesmo modo é porque está perdendo os espectadores mais jovens, que esperam exercer maior influência sobre a mídia que consomem”. Essas estratégias vão de encontro com os hábitos existentes, apropriando-se dos novos suportes disponíveis com o intuito de criar ou refazer lações sociais do público com os produtos televisivos. Tais práticas apenas confirma que os meios convergem, e se completam a medida que progridem, fato que corresponde ao pensamento de Jenkins quando diz que “se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2012, p. 32, 33).

2.1. O TELEJORNALISMO QUE SE TRANSFORMA DE ACORDO COM O MEIO

O telejornalismo no Brasil, acompanha a trajetória da televisão, tendo suas transmissões iniciadas em 1950 por Assis Chateaubriand, e logo em seguida, no mesmo ano, o primeiro telejornal foi ao ar. De acordo com Rezende (2000), Chateaubriand fundou a TV Tupi de São Paulo, dando início ao primeiro canal televisivo do país, e reproduziu a primeira reportagem filmada.

Os telejornais ainda eram transmitidos com baixa qualidade, e tinham um formato semelhante ao dos jornais transmitidos pelo rádio, depositando maior ênfase no papel de atuação do locutor. Para isso Rezende (2000) destaca que, todos os telejornais eram bem parecidos, tinham suas transmissões chamadas de “rádio com imagens”, onde eram narradas em forma de “off” de acordo com os fatos ocorridos, em uma narração com imagens apresentadas sem cortes algum. (REZENDE, 2000, p.106).

Já na década de 80, a televisão passava por grandes transformações, e os telejornais seguiam esse progresso, e adotaram identidades próprias, com linguagem audiovisual específicos para a televisão, distanciando-se cada vez mais dos padrões carregados do rádio.

Com isso, os telejornais começavam a conquistar mais espaço na sociedade brasileira, muito a partir da criação de novos padrões de transmissão, algo que envolvia o telespectador com as novas experiências de ver e ouvir, além da capacidade de “produzir jornalismo de qualidade”. (REZENDE, 2000, p. 126).

Já nos anos 2000, com a difusão de novas tecnologias e a popularização da rede mundial de computadores, o jornalismo passa a incorporar novos modos de produção, circulação e consumo. Agora os meios buscavam formas de participar do universo interativo, construído principalmente pela internet.

Com o telejornalismo, ocorreu algo semelhante ao que estava acontecendo com o impresso, tendo seu conteúdo apenas transferido a partir da digitalização. Nesse período, ainda não haviam mecanismos de produção preocupados em preparar conteúdo que se adequassem aos formatos da internet, as redações produziam da mesma forma que já produziam para as exibições na televisão, exibiam e em sequência disponibilizavam os conteúdos na internet. Durante essa etapa, as emissoras criavam sites e blogs para que os conteúdos pudessem ser transpostos, permitindo que os telespectadores, agora também internautas, pudessem realizar participações, com elogios, sugestões e opiniões. Para essa nova etapa do telejornalismo, Tourinho (2009) destaca que

O jornalismo desenvolvido para a web não é um fenômeno concluído, e, sim, em constituição e, mesmo com menos de uma década de história, vem apresentando transformações significativas. Por um lado, por causa dos avanços tecnológicos pelos quais a própria web tem passado. Por outro, devido às descobertas de possibilidades oferecidas pela web na prática do jornalismo. (...) Portanto, a Internet é um espaço de inovação em seu mais amplo sentido. Entendemos que, na evolução da Internet, e nas inovações que ela já está e irá proporcionar, teremos respostas úteis e diversas pistas para o futuro do modelo do telejornalismo (TOURINHO, 2009, p. 139).

O telejornalismo passou atribui-se mais do espaço da internet, buscando maiores adequações aos novos suportes, e proporcionando novas transformações nas suas formas de produção para que pude encontrar novos espaços de circulação e conquistar novos hábitos de consumo.

Já com o conteúdo transposto para o ciberespaço, o telejornalismo permite que ao usuário procure e consuma conteúdos de forma bastante pontual, por ter a opção de navegação no site, e escolher o que quer consumir. A partir dessa nova forma de consumo, o telespectador, não precisa mais esperar na frente da televisão o momento da exibição da reportagem, ou conteúdo jornalístico nos horários pré-definidos pela emissora, agora ele escolhe a hora e o local onde irá consumir o conteúdo. Bastando apenas acessar o site, e usufruir do conteúdo disponibilizado da forma que lhe for mais conveniente. Tourinho (2014) destaca que:

O telejornalismo da atualidade é reflexo de um mundo em constante e velozes mudanças: na linguagem, na tecnologia, no enquadramento da notícia, na definição do público alvo, na crença que este público deposita nos media, no espaço reservado para a participação dos telespectadores. (TOURINHO, 2014, P. 105).

Com as novas tecnologias, os usuários podem desfrutar de novas possibilidades de consumo, que são balizadas pela interação. Com essas novas possibilidades, os usuários tendem a desenvolver novos hábitos, e criar outros modos de consumo atribuindo-se cada vez mais das condições que os novos suportes oferecem. Com isso, o processo de transformação se torna mais convergentes, e os suportes que antes apenas possibilitam uma forma de consumo passiva, tornam-se mais interativos e abrem espaço para que haja mais participação entre os atores envolvidos.

3. REDES SOCIAIS: NOVOS MODOS DE CIRCULAR E CONSUMIR JORNALISMO

Os modelos atuais de produção são diretamente ligados aos novos modos de circulação e consumo de jornalismo. Isso se deve às diversas transformações que o

jornalismo passou ao longo dos anos, mudanças que sempre foram ligadas aos processos de transformação tecnológicas, e diretamente aos dos meios de comunicação.

Para isso, a convergência entre os meios centraliza essa discussão, principalmente por conduzir o objeto estudado por olhares que vão da televisão à internet, e principalmente nas redes sociais. Conforme afirmam Salaverría e García Avilés (2010, p. 59), a convergência é:

Um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separadas, permitindo que os jornalistas elaborem conteúdos para serem distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma. SALAVERRÍA, AVILÉS (2010, p. 59).

Dentro dessas novas possibilidades de consumir o jornalismo, está o consumo por meio das redes sociais, o que de acordo com uma pesquisa realizada em 2019 pelo Digital News Report, do Reuters Institute, cerca de dois terços dos adultos brasileiros (64%) recebem notícias por meio das redes sociais. Dentre as redes sociais, o Facebook é a rede social que os brasileiros mais usam para notícias, cerca de cinco em cada dez brasileiros (54%) recebem notícias no Facebook. Para isso destaca Salaverría (2014) sobre o consumo de informação pelas redes sociais.

São muito mais ágeis e adaptativos à mudança das formas de acesso e de consumo informativo dos usuários na internet. As redes sociais e os meios nativos digitais nos mostram que há formas de apresentar e distribuir a informação que permite multiplicar a influência, o acesso e a importância dessas notícias. (SALAVERRÍA, 2014, p. 12).

Para o autor esses novos hábitos fazem parte do processo de transformação que o jornalismo vem passando na última década em função da internet.

A popularização da internet foi apenas o início do processo. com o surgimento das redes sociais, e sua rápida aceitação e massiva popularização, abriu as portas para que o jornalismo também se atribuísse das suas capacidades, “a proposta é aproveitar tudo que seja útil e eficiente desses modelos, ao mesmo tempo preservando alguns valores e características de conteúdos que esses meios nativos digitais não tenham”, destacou Salaverría (2014, p. 12).

As redes sociais podem ser entendidas como convergentes entre plataformas de redes sociais e as emissoras de televisão, isso por que podem ser utilizadas para veicular as programações, como também para estabelecer interações com os usuários acerca de determinados assuntos, que podem ser da própria transmissão, ou algo que interesse a algum usuário especificamente. Essa condição carrega implicações práticas para o jornalismo, uma vez que, produz simbolicamente a ideia de que os jornais passam a não serem os únicos detentores do poder de criar debate a cerca uma informação transmitida. Já que a informação circulada pode gerar debates por interagentes, que ao comentarem e compartilharem em seus perfis em sites de redes sociais poderão dar novos sentidos a informação. Conforme afirma Recuero (2012).

Essas conversações diferenciam-se das demais conversações no espaço digital porque, constituídas dentro das redes sociais online, são capazes de “navegar” pelas conexões dessas redes, espalhando-se por outros grupos sociais e por outros espaços. (RECUERO, 2012, p. 122).

A partir das interações, o consumo de jornalismo pelas redes sociais tem adquirido modos de serviços semelhantes a modelos personalizados de notícias. Onde, passa a ocorrer o consumo maior de notícias a partir do que nos é oferecido através da rede social de amigos, a partir do que visualizamos. portanto, o acesso a notícias passa a ser personalizadas e customizados de acordo com seus interesses, ou de indicações de amigos e o que eles passam a circular na rede.

Talvez, a razão das pessoas estarem recorrendo com maior frequência às redes sociais para obterem informações possa não ser o fator mais considerável. Uma mudança no sentido que que esteja sendo consumido, ou na forma como esse consumo ocorra, sejam uma das razões para que essa mudança de hábitos ocorra. O que antes, o impresso precisava colocar a disposição, com diversas possibilidades de conteúdos informativos (mesmo que fossem lidas apenas algumas coisas ou outras), o digital online dispõe em quantidades bem maiores e em condições de leitura (o tempo para ler, o momento, e o espaço) a critério do usuário. Além de ter a potencialização por parte dos novos suportes. Permitindo “ser acessível por dispositivos distintos ao mesmo tempo, fazendo com que o conteúdo seja líquido entre todas as plataformas” (SALAVERRÍA, 2014, p. 12).

Para essa nova perspectiva, os veículos jornalísticos estão atribuindo-se cada vez mais dos recursos disponíveis, nas mídias sociais, principalmente através de vídeos, e das transmissões ao vivo. Algo que possibilita o usuário a consumir conteúdos em tempo real e participar da narrativa por meios das ferramentas que cada plataforma pode oferecer.

Atualmente o Facebook é uma das redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros, sendo também a uma das mais populares no mundo. A principal característica da rede social é o feed de notícias, algo que possibilita ao usuário postar conteúdos (vídeos, fotos, textos e links), disponibilizando para que toda sua rede de amigos possa ter acesso. É por meio do feed de notícias que o internauta também tem acesso às postagens feitas por páginas que segue.

O Facebook também oferece outras possibilidades de publicações pelo feed de notícias, como no caso do Facebook ao vivo, disponibilizado desde janeiro de 2016 para todos os usuários da rede social, a ferramenta permite que haja transmissões de vídeos ao vivo a partir de um dispositivo móvel. O que desde então, muitos perfis jornalísticos apropriaram-se da ferramenta e passaram a tê-la como parte dos canais de circulação.

Com essa nova ferramenta, os telejornais podem trabalhar novas narrativas com maiores condições de interação com o público, aproximando cada vez mais o conteúdo jornalístico produzido para outros públicos além da tela da Tv, como também, viabiliza a maior participação dos usuários da rede social no ambiente online. Possibilitando a transformação de hábitos e criação de novos modos de circular e consumir o telejornalismo, caso que já ocorre com o telejornal A Patrulha da Cidade.

4. DISCUSSÃO E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

O telejornalismo vem conseguindo seu espaço ao longo do tempo, adotando e se mostrando como um conjunto de técnicas e saberes que envolvem toda a sociedade. Sua proposta é de levar objetivamente informação, deixando de lado o aspecto da propaganda, se reinventando mediante a era da informação, conhecimento, tecnologia e interação. Contudo, o telejornalismo ainda simboliza poder e status, e integrar-se aos novos processos tecnológicos será importante para que as mudanças aconteçam, exigindo muito mais do jornalista

Nesse contexto inserimos A TV Borborema, que é uma emissora de televisão de Campina Grande, que teve sua primeira transmissão televisiva em setembro de 1963, e se caracteriza por possuir um caráter popular em sua programação. Após a chegada da

digitalização, a TV Borborema vem atribuindo-se dos novos mecanismos tecnológicos, convergindo e adequando-se aos novos hábitos de consumo de mídia. Com a popularização das redes sociais, a emissora passou a transmitir simultaneamente parte da sua programação em páginas pelo Facebook. Dentro da programação da Tv Borborema, está o programa A Patrulha da Cidade, que é um telejornal policial, que foi ao ar pela primeira vez em 1996. Atualmente exibido ao meio dia pelo canal 9 de televisão, contando também com transmissão simultânea pela rede social da emissora⁵ no Facebook.

Desde que o telejornal A Patrulha da Cidade passou a ser transmitido pela rede social, o programa possibilitou aos internautas a participação ativa, quebrando a passividade presente nas TVs, isso partindo da hipótese de que a utilização das mídias digitais, principalmente com a apropriação das características dos dispositivos móveis, reformula os processos característicos de sociedade participativa, a partir da possibilidade de permitir que ocorra transformações nos hábitos de participação, alterando as formas de consumo atribuídas a indústria cultural.

Portanto, apresentarmos os resultados empíricos da pesquisa é o foco deste artigo. As estratégias metodológicas percorridas para a pesquisa, partiram de revisões bibliográficas, de observação empírica, e da aplicação de Ficha de Observação⁶ sobre a transmissão do telejornal na rede social, do cruzamento dos dados e da teoria para responder os objetivos traçados da investigação. Deste modo, caracterizamos as condições de circulação e consumo do telejornal partindo da transmissão na televisão até sua transmissão simultânea na rede social, a partir das suas transformações, renovação tecnológica, mediação, interação e participação. Procuramos identificar, qualitativamente padrões ou evidências de um jornalismo convergente bem como a participação do público no longo processo de transformação que o telejornalismo passou.

Para isso, analisamos o telejornal A Patrulha da Cidade no perfil de transformações ocorridos e analisamos como o próprio programa atribui-se dos novos suportes e das novas ferramentas da plataforma. Identificando o fluxo de produção, circulação e consumo que a emissora utiliza, e que recai sobre o telejornal (figura 1).

Para dar maior entendimento ao fluxo midiático, utilizamos os dados obtidos através da observação por ficha, e aplicamos o enquadramento do conteúdo inicialmente a partir de sua produção, por parte da emissora, da circulação, através dos meios, e do consumo, através da interação. Conforme fluxograma abaixo:

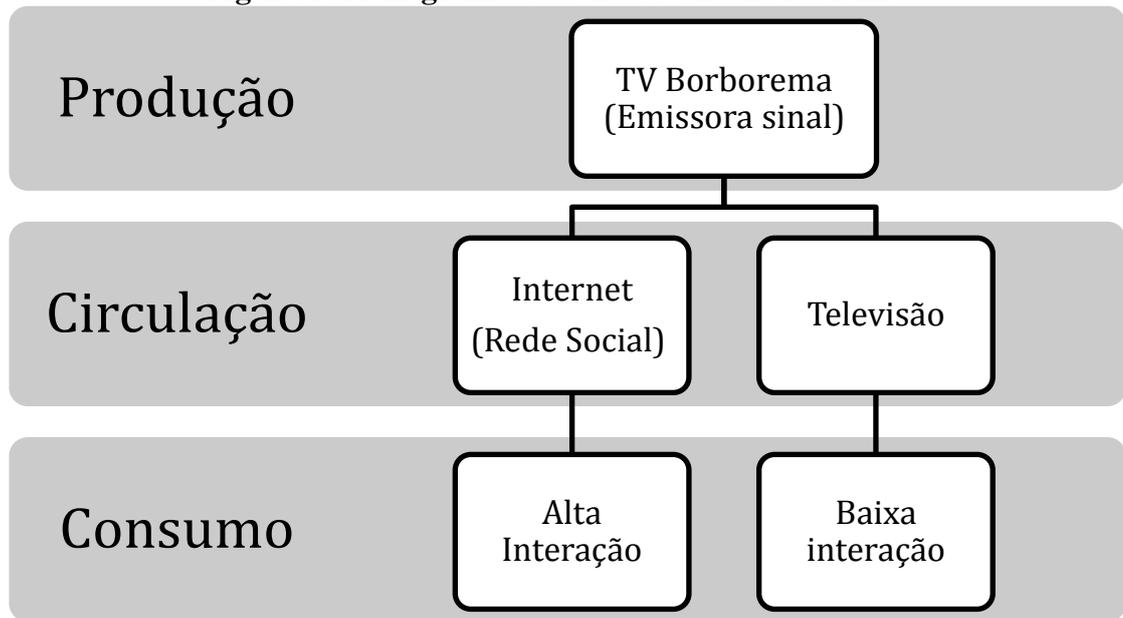
⁵ Fanpage da TV Borborema. Disponível em:

<https://www.facebook.com/TVBorborema/videos/2467802690145437/?epa=SEARCH_BOX> Acesso em: 25 out. 2019.

⁶ Ficha da ficha de observação, Disponível em:

<https://docs.google.com/document/d/1OS4e3loxwBSUzNYZ89XKA6iEeK_T9te1rMQd-YbchLE/edit?usp=sharing> acesso em 27 nov. 2019.

Figura 1: Fluxograma de conteúdo TV Borborema



Fonte: Produção Própria

Cada uma dessas etapas apresenta configurações específicas, segundo estruturas que as diferenciam uma das outras.

A etapa de produção, corresponde a centralização de todos os aparelhos, toda equipe e os processos que a emissora necessita para proporcionar seu funcionamento. Nessa etapa, podemos encontrar a produção de conteúdo, preparação de suportes para as equipes e principalmente toda configuração processual que subsidiará as etapas seguintes.

Na etapa de circulação, encontramos os meios que servirão para difundir todos os processos construídos na etapa de produção. Aqui, são elaboradas as estratégias de utilização de narrativas específicas para cada meio, levando em conta as características que cada um deles possui, como também as condições de uso de cada meio dentro da sociedade.

Na terceira etapa, a de consumo, atribui-se das estratégias elaboradas na segunda etapa, e a condiciona aos novos modos de consumo existentes na sociedade, para que todo o conteúdo produzido consiga ser entregue, e aceito, na forma de consumo pela sociedade. Nessa etapa, final, encontramos a interação e a participação como principais fatores de consumo.

Entendidas as etapas que o conteúdo transita, partimos para as observações pontuais, relacionados principalmente com as etapas de circulação e consumo. Durante a observação, verificamos que o telejornal antes mesmo de iniciar sua transmissão na televisão, já realiza interação com o público através da internet (figura2), fazendo com que o conteúdo que será exibido durante o telejornal seja apresentado brevemente, semelhante a uma degustação, na página da rede social. Essa publicação servirá como exibição prévia do telejornal, abrindo espaço para que os usuários possam interagir, e dentro das possibilidades que plataforma oferece, também participar, curtindo, comentando e compartilhando.

Figura 2: Postagem antecedendo transmissão ao vivo



Fonte: Página do Facebook TV Borborema (2019)

Com esse exemplo, já podemos evidenciar uma das primeiras formas de convergência e de interação entre os meios, a partir de estratégias traçadas para circulação dos seus conteúdos envolvendo ambos os meios, atribuindo-se das características que a plataforma disponibiliza.

A publicação do dia 22 de novembro de 2019, ocorreu 4 minutos antes da transmissão do telejornal, e nela o apresentador Zé Cláudio conversa com o palhaço mirim Sucatinha, que irá participar do seu programa ao vivo. Eles proporcionam uma breve cena de entretenimento, e convidam os usuários a assistirem o telejornal, que iniciará em breve. Podemos observar em destaque na imagem, o texto corroborando com o que os personagens dizem, sobre o convite à assistir, e na parte inferior, as curtidas, os comentários, e os compartilhamentos da publicação.

Essa publicação ao ser compartilhada na rede social servirá também como convite para que o programa seja assistido, tanto pela própria plataforma da rede social, como também através da televisão, e poderá ser visualizada por toda a rede de amigos virtuais que cada usuário que compartilho possuir.

Em sequência, quando o Patrulha da Cidade entra no ar, pela televisão, e a página do Facebook inicia simultaneamente sua transmissão na rede social, os internautas que estiverem conectados poderão acompanhar a transmissão imediatamente; já para os que são seguidores e estiverem desatentos navegando pela rede social, ou até mesmo, desconectados da rede social, mas que estejam conectados à internet, receberão uma notificação automática pré-programada pela página da emissora ao iniciar o programa, informando sobre o início da transmissão. Observação obtida por meios da sugestão da Ficha de Observação.

Com a transmissão ocorrendo, a cadeia de participação começa a estabelecer-se. E antes mesmo da vinheta inicial encerrar, e o apresentador realiza a abertura do programa, já é possível identificar as primeiras interações por parte dos usuários. Esses primeiros sinais de participação, são percebidas através das interações, caracterizados pelos símbolos de reações, ou curtidas realizadas pelos usuários.

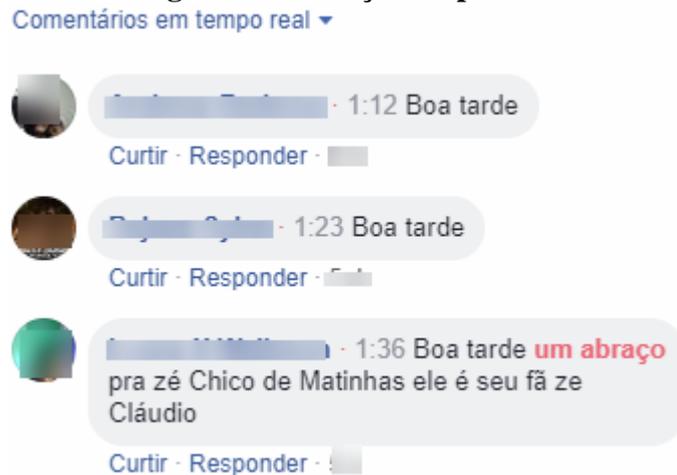
Quando o apresentador inicia o telejornal, surgem as primeiras interações por conversação utilizando os comentários na página. Nesse momento, os usuários já estão

conectados à rede, assistindo a transmissão e respondem a saudação do apresentador, como se estivessem próximos fisicamente. Para isso Recuero (2012) destaca que

É preciso que essa “presença” seja construída a através de atos performáticos e identitários, tais como a construção de representação do eu. Estas se dão através de elementos que representam os indivíduos no ciberespaço, mesmo quando não estão”. (RECUERO, 2012, p. 58)

Diante do destaque da autora, percebemos a presença do usuário durante a transmissão em resposta à saudação do apresentador, conforme imagem (figura 3);

Figura 3: Interação do público



Fonte: Página do Facebook TV Borborema (2019)

Com as colocações levantadas por Recuero, seguida da imagem, temos a comprovação da adequação a novos hábitos que as formas de mediação possibilitam, permitindo entender que “o ambiente da conversação é construído enquanto ambiente social e apropriado enquanto ambiente técnico” Primo (2012, p. 41).

Ao longo da transmissão, verificamos que no ambiente de conversação várias relações são estabelecidas. As relações do usuário consigo mesmo, usuário com o programa e usuário com usuário preenchem o ambiente de conversação, e tornam o programa que antes apenas reproduzia pelas TV's e não possibilitava interação, um ambiente de interação mútua. O que significa que o comportamento de cada usuário influencia e é influenciado pelo comportamento de cada um dos outros usuários. Conforme afirma,

Tal tipo de interação é marcado por uma especificação prévia no sentido de oferecer um resultado esperado. Assim que a requisição receba de volta o retorno solicitado, as próximas interações podem ocorrer sem nenhuma ocorrência dos contatos passados. (PRIMO, 2007, p. 110).

Essa forma de interação é sem dúvida a predominante dentro da seção de comentários ao longo das transmissões, e “A partir dessa interpretação, pode-se depreender algumas conclusões sobre o impacto dos potenciais em uma interação mediada pelo computador”. Primo (2007, p. 153).

Portanto, as formas de consumos predominantes verificadas dentro dos novos mecanismos dentro das etapas de circulação e consumo, são diretamente ligadas aos modos de interação, e fazem parte, tanto transformado, quanto transformador dos modos de circular e consumir jornalismo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo permitiu ampliar o conhecimento, a discussão e o entendimento quanto aos processos de circulação e consumo do jornalismo no contexto amplo, do telejornalismo e do jornalismo online especificamente, ponderando diretamente os aspectos da convergência e da mediação por computador, que levam a transformação e respectivamente construção de novos hábitos.

Para isso, nossos estudos tomaram como objeto centralizador o caso do telejornalismo A Patrulha da Cidade, com sua transmissão simultânea na televisão e na rede social. Fator que por si só, já caracteriza transformação na forma de circulação do telejornal. Contudo, trabalhamos na perspectiva de discutir sobre os processos perpassados durante essa transmissão, buscando responder como se deram os aspectos convergentes, os fatores de transformação e as mudanças de hábitos, sofridas e proporcionadas durante esses processos.

A partir dos interesses do nosso objetivo geral, identificamos que os modos de circulação do telejornal foram alterados em detrimento aos novos hábitos de consumo de conteúdo. Fatores que foram percebidos pela própria característica de transmissão simultânea do telejornal nos dois meios de comunicação, como também as novas formas de participação do público realizadas a partir da interação mediada pelos novos dispositivos.

Para isso, analisamos e identificamos como a mediação por computador, possibilitou que os modos de consumo fossem alterados, permitindo a criação de novos hábitos de consumir o telejornal. Levantando, respectivamente, a discussão sobre a interação que a mediação possibilita, e a cultura de participação que se constrói como novo hábito de consumo dos conteúdos jornalísticos.

Por fim, apresentamos exemplos de como os meios convergem a partir do programa, com suas possibilidades dentro dos suportes, e suas estratégias de utilização das ferramentas disponíveis. Também, exemplificamos, como a participação, ocorre dentro das transmissões, algo que caracteriza a interação mediada.

Finalmente, pudemos alcançar as pretensões lançadas sobre a pesquisa, algo que contribui com o avanço científico dos que promoveram essa pesquisa, como também, com as contribuições que esse trabalho poderá fornecer para as próximas discussões acadêmicas.

REFERÊNCIAS

CETIC BR. Tic domicílios. Disponível

em:<http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM> Acesso em 23 de Out. de 2019.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2ª edição, São Paulo: Aleph, 2012.

MACHADO, E.; PALACIOS, M. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL**. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). *Metrologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007, p.199-222.

MARCONDES FILHO, C. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2ª edição, 2008.

RECUERO, R. **A conversação em rede: Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2ª edição, 2014.

RESENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

REUTERS INSTITUTE. **Relatório de notícias digitais**. Brasil Urbano. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/brazil>> Acesso em: 25 Out. 2019.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (orgs). **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.

SALAVERRÍA, R. **Jornalismo, compartilhamento e credibilidade no contexto pós-industrial**. Entrevista e tradução por: Andriolli Costa São Leopoldo, IHU Online - Revista do Instituto Humanitas Unisinos, Nº 447 - Ano XIV - 30/06/2014, p. 11-14.

TOURINHO, C. **Inovação no Telejornalismo**. Vitória: EspaçoLivros, 2009.

TOURINHO, Carlos. **Telejornalismo interativo: entre a promessa e a realidade Análise dos contextos do Brasil e de Portugal**. 2014. 437 f. Tese (Doutorado em Ciência da comunicação) - Instituto de Ciência Sociais, Universidade do Minho, Gualtar, 2014.

TV BORBOREMA. **Sobre a TV Borborema**. 2019. Disponível em: <<https://tvborema.op9.com.br/empresa>> Acesso em: 20 out. 2019.

AGRADECIMENTOS

Toda honra, toda glória, a Deus pai.

Agradeço a minha amada mãe, Eliete Mendes a quem devo pelo dom da vida que me concedeu, amor familiar incondicional e pelo esforço feito para me proporcionar educação, caráter e bondade.

À minha esposa Jacilene Silva, pelo companheirismo demonstrado, sua presença ao meu lado durante todo o tempo, seu amor e paciência que sempre me fez mais forte.

À minha filha, Lívia Maria que é meu horizonte.

À minha tia/mãe Maria Mendes, que foi os braços que me seguraram desde os primeiros passos.

À toda minha família que sempre me deu apoio, e acreditou em mim.

Aos amigos, que aqui na universidade fiz.

Ao professor Dr. Fernando Firmino, que me orientou sobre os caminhos certos a seguir.

À professora Dra. Verônica Oliveira e o professor Dr, Antônio Faustino pelo auxílio.