



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

**MAYARA DE OLIVEIRA SOUSA**

**JORNALISMO LIVE STREAMING NO CONTEXTO DA TV BORBOREMA**

**CAMPINA GRANDE  
2021**

**MAYARA DE OLIVEIRA SOUSA**

**JORNALISMO LIVE STREAMING NO CONTEXTO DA TV BORBOREMA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA), da Universidade Estadual da Paraíba, na modalidade artigo científico, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação: Jornalismo.

**Orientadora:** Professora. Dra. Cássia Lobão Assis

**CAMPINA GRANDE  
2021**

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.

S725j Sousa, Mayara de Oliveira.  
Jornalismo live streaming no contexto da TV Borborema  
[manuscrito] / Mayara de Oliveira Sousa. - 2021.  
20 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Ciências Sociais Aplicadas , 2021.

"Orientação : Profa. Dra. Cássia Lobão Assis ,  
Departamento de Comunicação Social - CCSA."

1. Jornalismo. 2. Convergência midiática. 3. TV  
Borborema. 4. Live Streaming. 5. Redes Sociais. I. Título

21. ed. CDD 070.5

MAYARA DE OLIVEIRA SOUSA

JORNALISMO LIVE STREAMING NO CONTEXTO DA TV BORBOREMA

Artigo científico apresentado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.

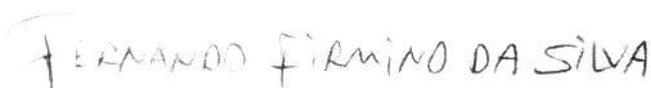
Área de concentração: Produção Jornalística

Aprovada em: 29/09/2021.

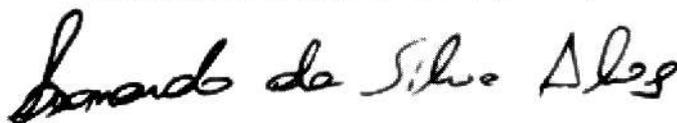
BANCA EXAMINADORA



Prof.ª. Dra. Cássia Lobão Assis (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



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



Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	5
2	SOBRE CONVERGÊNCIA.....	6
3	INTERNET, REDES SOCIAIS E JORNALISMO.....	7
4	TV CONVENCIONAL E JORNALISMO LIVE STREAMING.....	8
5	TV BORBOREMA.....	9
6	PROGRAMAÇÃO EM LIVES.....	10
6.1	FACEBOOK E YOUTUBE: O QUE DIZEM OS NÚMEROS?.....	11
6.2	REDAÇÃO: O QUE DIZEM OS JORNALISTAS?.....	13
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
8	REFERÊNCIAS .....	19

## JORNALISMO LIVE STREAMING NO CONTEXTO DA TV BORBOREMA

## LIVE STREAMING JOURNALISM IN THE CONTEXT OF TV BORBOREMA

Mayara de Oliveira SOUSA<sup>1</sup>

Cássia Lobão ASSIS<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo mostrar a utilização das transmissões ao vivo nas redes sociais da TV Borborema, afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em Campina Grande, na Paraíba. Utilizamos como metodologia de pesquisa a análise de conteúdo, considerando uma abordagem qualitativa, através de um estudo teórico sobre as mudanças no jornalismo convencional e uma avaliação quantitativa, trazendo alguns demonstrativos das plataformas online da empresa estudada. Ainda será enfatizado como a convergência midiática alterou as formas de produção e circulação noticiosa no jornalismo e como a ferramenta de *Live Streaming* pode se tornar essencial para uma empresa de mídia que busca aperfeiçoar suas técnicas de comunicação.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Convergência. TV Borborema. *Live Streaming*. Redes Sociais Online.

### ABSTRACT

The present work aims to show the use of live broadcasts on the social networks of TV Borborema, affiliated to the Brazilian Television System (SBT) in Campina Grande, Paraíba. We used as research methodology a content analysis, considering a qualitative approach, through a theoretical study about the changes in conventional journalism and a quantitative evaluation, where we raised some numbers of the online platforms of the studied company. It will also be emphasized how media convergence changed as forms of news production and circulation in journalism and how a Live Streaming tool can become essential for a media company that seeks to improve its communication techniques.

**Keywords:** Journalism. Convergence. TV Borborema. Live Streaming. Online Social Networks.

---

<sup>1</sup> Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. E-mail: mayara.oliveira.souza@aluno.uepb.edu.br

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da UEPB. E-mail: lobaocassia@servidor.uepb.edu.br

## 1. INTRODUÇÃO

A Internet possibilitou ao jornalismo importantes transformações, uma das principais é a instantaneidade em colher e divulgar notícias. Isso vem com a facilidade de obter informações, a capacidade de reunir em uma ou mais plataformas fotos, vídeos, elementos textuais e outros complementos, como também a ajuda na interação entre os profissionais da área e os consumidores.

Graças a esses avanços tecnológicos, conceitos como jornalismo multimídia, multiplataforma, transmídia e outros são colocados em prática nas redações e consequentemente discutidos por estudiosos da comunicação. O fato é que essas alterações tecnológicas fizeram com o que a produção jornalística, antes limitada, agora esteja evidente em diversas plataformas.

Dentro dessa perspectiva está a convergência midiática, que alinha ideias sobre aspectos socioculturais e tecnológicos acerca das transformações que a mídia vem adquirindo nos últimos anos. Segundo Jenkins (2009), isso ocorre porque os consumidores são orientados a fazer conexões em meio a conteúdos de diferentes mídias.

Por convergência, refiro-me ao 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).

Partindo deste ponto, considera-se que houve modificações em todos os setores midiáticos convencionais, que acabam adentrando nas plataformas online, através da Internet, a fim de se adaptar às mudanças do público. Para se ter uma ideia disso, cabe informar que no Brasil, Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>3</sup>, em 2019, a Internet era utilizada em 82,7% dos domicílios brasileiros.

Da mesma forma, um levantamento do relatório *Digital in 2019*<sup>4</sup>, das empresas *We Are Social e Hootsuite*, mostrou que 66% da população brasileira está nas redes sociais. Esses números explicitam que não há como os veículos midiáticos se absterem de adentrar neste meio e também utilizar essas plataformas como ferramentas. Assim, Calmon Alves salienta que toda a organização jornalística que se preze tem uma ação séria nas redes, ou seja, “os jornalistas precisam entender que não podem esperar que as pessoas venham até eles, uma lógica que imperou durante anos” (CALMON ALVES, 2016, online).

Neste sentido, enfatizamos a importância das redes sociais para a transmissão de conteúdos dos meios de comunicação, entre eles a televisão, uma vez que este sistema também está interligado ao online. Portanto, no presente trabalho destacamos o que as redes da TV Borborema, afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) na Paraíba, resultam para a empresa, de forma a destacar os impactos dessa atuação da TV no Facebook e Youtube.

Entretanto, este estudo é voltado às transmissões da programação convencional por meio de *lives*<sup>5</sup> nas plataformas citadas e ressalta como essa logística funciona para o sistema de comunicação analisado. Nesta perspectiva, foi realizado um levantamento do dia 31 de maio a 11 de junho de 2021, sendo que nove dias de transmissões foram analisados. Aqui também foram ouvidos os jornalistas da empresa, através de entrevistas semiestruturadas, a fim de se ter um respaldo desse processo no cotidiano da profissão.

<sup>3</sup> Informação disponível em: <https://bit.ly/3EdxCme>. Acesso em 9 set 2021.

<sup>4</sup> Informação disponível em: <https://bit.ly/3htbr1V>. Acesso em 9 set 2021.

<sup>5</sup> A palavra *live* citada neste artigo indica a transmissão de conteúdo ao vivo pelas redes sociais.

Para isso, trazemos autores que abordam a convergência midiática/jornalística e seus impactos, como Henry Jenkins, João Canavilhas e Fausto Neto. Ainda consideramos o conceito de Firmino da Silva (2008) e Mota (2019) no que compete ao Jornalismo *Live Streaming*, como forma de reafirmar a maneira que a Internet e as redes sociais impactam nas transformações do meio jornalístico.

## 2. SOBRE CONVERGÊNCIA

As discussões sobre convergência jornalística avaliam as transformações que a área tem passado ao longo dos anos, principalmente com o avanço da tecnologia. Para alguns estudiosos, a convergência midiática afetou vários meios e o jornalismo, não diferente de outros campos, também sofreu os impactos.

Jenkins (2009, p.27) defende que este processo implica diretamente no fluxo de produção de conteúdos noticiosos, uma vez que a convergência se destaca por estar em múltiplos suportes midiáticos, coopera entre mercados e tem comportamento migratório referente aos públicos dos meios de comunicação.

Dessa forma, a ideia de convergência pode ser definida como as transformações tecnológicas, mercadológicas e socioculturais que estão se desenvolvendo na mídia ao longo dos anos. Mas Jenkins é contra a ideia de que essa cultura de convergência deve ser compreendida apenas como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos: “em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2009, p.27).

O autor prioriza, neste sentido, a relevância entre a atuação da sociedade com a mídia, levando em consideração que as pessoas tendem a buscar vários meios de informação, por exemplo, na Internet, que desde sua chegada deixou essa assertiva mais acessível e evidente. Jenkins também destaca que com a necessidade de alcançar diferentes públicos, a notícia jornalística passou a ser elaborada a partir de novos meios, e fazer uso de outros métodos, o que modificou a produção e circulação noticiosa, despertando diferentes nichos de mercado (2009, p.138).

Já para Canavilhas (2013, p.4), a convergência midiática se trata de um processo em que os novos meios permanecem com algumas características dos que os precederam. Segundo ele, “os meios anteriores vão incorporando características dos novos, procurando dessa forma sobreviver no ecossistema midiático”.

Dessa maneira, a convergência no jornalismo, ainda para Canavilhas (2016 p.198) ocorre em quatro áreas, sendo elas nos conteúdos, tecnologias, empresas e nos profissionais, sendo natural que exista uma ligação entre elas. De forma que “o início do processo de convergência é externo às próprias empresas, pois acontece no campo das tecnologias que vão entrando nas redações.”

Assim, Squirra (2012, p.1) entende que com os avanços tecnológicos o jornalismo passou a ter uma crise de paradigmas, pois os modelos de atuação comercial e difusão de informação ‘clássicos’ não atingiam mais plenamente os públicos, e os consumidores, passando a ter poder de compra, migram para novas plataformas.

Neste sentido, Fausto Neto (2008) entende que a convergência tecnológica pode ser usada como uma rearticulação das interações entre produtores e receptores de discursos. Para ele, essa ideia funciona de maneira que as lógicas, processos, produtos e metodologias de produção de mensagens passam gradativamente para as mãos dos receptores nos novos espaços midiáticos.

Tais possibilidades de articulação de novas relações entre produção e recepção encontram na autonomia das mídias um fator combinatório para dinamização desses protocolos, uma vez que a autonomia estaria proporcionando ao campo da mídia expandir novas operações interativas com os receptores. Tal compartilhamento estaria reformulando as lógicas até então assentadas em princípios assimétricos e de ordem complementar, uma vez que a competência de produção de enunciação dos discursos midiáticos era confiada à sua instância prodacional (FAUSTO NETO, 2008, p.100, 101).

Logo, entende-se que a convergência jornalística traz o fator da interação, entre produtores e receptores, como uma relação que funciona dentro das plataformas. Esse entendimento define bem o modo que este processo se enquadra como caráter social através das ferramentas de comunicação digital. Uma dinâmica que com o passar dos anos reformulou a forma de fazer jornalismo.

### **3. INTERNET, REDES SOCIAIS E JORNALISMO**

Segundo Barbosa (2013, p.35), as modificações na área jornalística começaram nos anos 1990, quando o digital ganhou espaço na sociedade, havendo a expansão das conexões em rede, computadores, web e com eles as melhorias a fim de facilitar o acesso às informações. Assim, a atual fase deste processo se caracteriza pela ubiquidade das tecnologias, das redes e dispositivos móveis.

A Internet surge como uma tecnologia com capacidade de adaptação e interação com outras tecnologias, passando a ser uma nova mídia. Conforme Cardoso (2007, p.129), “fruto da sua difusão e apropriação social, (a Internet) se constitui como a tecnologia com as quais todas as restantes parecem procurar interagir pelo estabelecimento de links digitais ou analógicos”.

Além disso, a convergência nos processos jornalísticos é justamente resultado da facilitação ao acesso em dispositivos móveis, ocasionando a urgência dos mercados em se adaptar a essas ferramentas. Isso também tem direta relação com as modificações na produção e distribuição da informação.

Essa questão, à luz dos dispositivos móveis, se, por um lado, evidencia os limites do jornalismo tradicional, vem possibilitar a emergência de novos ambientes colaborativos e ‘locativos’ de produção, reagregação e distribuição da informação e do conhecimento” (CÁDIMA, 2015, p.199).

Por este viés é possível entender a necessidade das estratégias de atuação dos veículos de comunicação nos meios digitais. Conforme Recuero (2009), os laços nestes espaços são construídos a partir das conexões entre sujeitos, grupos ou instituições. E isso foi possível com a Internet, que trouxe mudanças fundamentais para essas relações, entre elas o advento das redes sociais:

Rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Esses laços são ampliados, complexificados e modificados a cada nova pessoa que conhecemos e interagimos (RECUERO, 2009, p.25).

Ainda para a autora, esses sites de redes dentro dos dispositivos móveis influenciam também os processos de propagação de informações, e isso, segundo ela, é causado pelo fator primordial destes espaços: a interação. “Assim, é por meio das diferentes relações sociais e dos processos de interação e conversação entre os indivíduos em redes sociais na Internet que são negociadas as informações que circulam nessas redes” (RECUERO e ZAGO, 2010, p.72).

Portanto, é possível afirmar que a interatividade impacta o processo comunicacional das empresas, sendo apontada também como “um dos elementos principais, se não o mais importante, da redefinição das formas e processos psicológicos, cognitivos e culturais decorrente da digitalização da comunicação” (FRAGOSO, 2001, p.1).

Por isso considera-se que as redes sociais e outras ferramentas da Internet são cada vez mais utilizadas para facilitar a comunicação entre receptores e produtores de notícias, já que a interação é algo que a mídia sempre tentou implementar nas programações, principalmente a TV analógica. Conforme Cannito (2010, p.144), desde ‘os primórdios’ é isso o que a televisão procura com o público, o envio de cartas aos programas, por exemplo, é uma das tradições mais antigas entre os telespectadores.

Atualmente a TV está digital e se apropria das ferramentas online para alcançar a interatividade, de forma que as redes sociais têm potencial de ampliar esse processo. Vale considerar ainda que para Sousa (2013, p.187), nas redes os internautas têm papel de protagonista. De acordo com ela, a notícia divulgada nesses veículos envolve as organizações jornalísticas que publicam as informações, mas são os usuários que comentam, replicam e algumas vezes a ressignificam, enquanto os sites e suas ferramentas apenas permitem às ações de ambos os lados.

#### **4. TV CONVENCIONAL E JORNALISMO LIVE STREAMING**

Antes de considerar o peso da Internet para as transformações dos meios de comunicação, pode-se dizer que a televisão por si tem sua importância em levar informações jornalísticas à sociedade. A TV, como meio de radiodifusão, adentra na casa das pessoas, que mesmo tendo várias ferramentas de informação ao alcance ainda optam por acompanhar os conteúdos deste veículo. Dessa maneira, Wolton (2004, p.102) acredita que seja em casa, nos transportes públicos ou no trabalho, os temas expostos e transmitidos na televisão estão presentes no cotidiano, o que representa um laço capaz de aproximar e ligar sociedades.

Williams (2016, p.15) coloca que a televisão convencional oferece uma forma tecnológica e específica de enquadramento e expressão cultural; funcionando como uma expressão de forças sociais, econômicas e políticas mais amplas. Para ele, a TV foi criada justamente para corresponder às necessidades socioculturais.

Embora a era da TV no Brasil tenha começado oficialmente no ano de 1950, nessa época a televisão ainda era operada como uma extensão do rádio, de forma que, posteriormente, seguiu um caminho novo, passando a procurar seu espaço midiático e se institucionalizar com características próprias.

Nos anos 60 a televisão começou a procurar seu próprio caminho, a adquirir processos de produção mais adequados às suas características enquanto meio e transformou-se assim no poderoso veículo de transmissão de ideias e de venda de produtos e serviços que é hoje (JAMBEIRO, 2002, p.123).

Por isso, desde os anos 50 estudiosos analisam o papel da televisão como meio de comunicação para nossa cultura, já que a forma como a TV reflete e influencia a sociedade tem um caráter social. Damásio (2021, p.23) explica que a maior parte desses estudos abordou

a televisão também como forma tecnológica, se enquadrando em condições sociais específicas.

Vale destacar que apesar de ocorrer transmissões no Brasil desde os anos 50, somente nos anos 70 ocorreu a possibilidade da transmissão em cores, no caso, uma programação relacionada à Festa da Uva em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, em 31 de março de 1972. Desde essa época, outro grande marco nas modificações da televisão nacional se trata da transição do modelo analógico para o digital, que teve início em dezembro de 2007. Sendo assim, a perspectiva é de que o Ministério das Comunicações desligue efetivamente o sinal analógico de televisão aberta no país até 2023<sup>6</sup>, conforme planejamento da pasta.

Para além disso, no que compete ao processo de adaptação das mídias à convergência, a TV não ficou isenta de inclusão nos meios digitais, mesmo tendo características próprias de seu meio de atuação, ela também se transpôs a atuar nas plataformas online, produzindo assim conteúdos para vários canais midiáticos. Por isso, Jenkins (2008) esclarece que a convergência dos meios é um processo que vem ocorrendo em várias interseções de tecnologias de mídia, indústrias, conteúdo e audiências:

[...] graças à proliferação dos canais e à natureza cada vez mais ubíqua da computação e das comunicações, nós estamos entrando numa era onde a mídia estará em toda parte, e nós usaremos todos os tipos dos meios de comunicação relacionando-os uns aos outros. Nós desenvolveremos novas habilidades para controlar a informação, novas estruturas para a transmissão por meio desses canais, e novos gêneros criativos para explorar os potenciais dessas estruturas emergentes (JENKINS, 2008, p.93).

É relevante ainda colocar em questão a finalidade da multimídia e multiplataforma no que compete a alcançar o público. Para Canavilhas (2016, p. 6), isso está atrelado à importância de publicar notícias factuais de maneira mais interativa, de forma que seja uma constante e não um formato esporádico. Para ele, o profissional ainda deve estar preparado para lidar com a distribuição de conteúdos nas mais diversas plataformas.

Com essas características convergentes e respectivamente interacionais, a atuação da TV com o digital virou um fator chave para as empresas estarem no online. Uma forma de realizar esse processo para criar laços com os espectadores é as TVs, assim como outros veículos de comunicação, optarem por utilizar a ferramenta de entradas em *lives* dentro dos espaços digitais.

Por meio desse método é possível reunir e acompanhar a audiência em diversos sites, inclusive através das redes sociais. Para Firmino da Silva (2008), este processo pode ser definido como *Jornalismo Live Streaming*. Essa linha discute alterações nos padrões da instantaneidade da área midiática, já que com o digital as produções de conteúdos foram afetadas pelos novos modos de difusão.

Silva coloca que o *Jornalismo Live Streaming* se dá com a saída da exclusividade da transmissão de vídeo ou áudio em tempo real das emissoras de rádio e TV, de maneira que o digital também abrange essa técnica. Para ele, as primeiras consequências dessa mudança, além da instantaneidade da notícia e as modificações nas rotinas produtivas, é o critério do localismo, havendo ainda a necessidade de um comprometimento da qualidade noticiosa e o desaparecimento do deadline.

---

<sup>6</sup> Informação disponível em:

<https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/maio/digitaliza-brasil-mcom-lanca-programa-para-levar-tv-digital-a-todo-o-pais>

[...] com a multiplicação de ferramentas de stream como nova estrutura para o jornalismo conduzir sessões de transmissões instantâneas, caracteriza-se uma modalidade mais refinada de prática jornalística com repercussões nas rotinas de produção e na relação mídia de massa e mídia de funções pós-massivas. Quando se leva em consideração uma produção ou difusão com um maior grau de mobilidade e portabilidade no deslocamento pela cidade. Na prática têm-se o estabelecimento de novas relações no processo jornalístico vinculado a um deadline contínuo e novas formas de interação com o espaço urbano através de conexões sem fio e tecnologias móveis (SILVA, 2008, p.8).

Levando em conta o critério de localismo, é preciso ressaltar a importância das tecnologias móveis quando incorporadas às redações; foi a partir dessas tecnologias e das conexões de rede sem fio que Silva (2013; 2015) ainda traz a ideia do ‘jornalismo móvel’. Entretanto, aqui não será levado em conta necessariamente o critério da mobilidade como fator primordial para o funcionamento do *Live Streaming* por parte das empresas midiáticas, e sim a intenção de transmissão da programação tradicional através das plataformas digitais.

Dessa forma, Mota (2019 p.193) conceitua essa possibilidade como a prática jornalística que utiliza tecnologias de *streaming* para produções noticiosas “baseadas na instantaneidade intensiva, cujos processos de produção, difusão e consumo são síncronos e com alta visibilidade das interações dos usuários, sendo potencialmente capaz de integrar os receptores ao conteúdo como coprodutores em tempo real ou atual.”

Mota ainda trata de que o *Jornalismo Live Streaming* é um conteúdo entregue conforme é gerado, e funciona dentro da lógica que permeia essa característica da instantaneidade. Para ele, esse serviço pode não se tratar, no entanto, de novidade, ou algo que tenha sido modificado com o patamar atingido pelas novas condições sociotécnicas.

É fato ainda que Silva, Guimarães e Neto (2016) relacionaram uma proximidade construída entre mobilidade, jornalismo e *Live Streaming*, devido às mudanças do perfil do público, que anseia por informações adicionais ao que se discute durante a programação tradicional. Neste sentido, pode-se dizer que quando há o descarte do fator da mobilidade no processo das *lives*, por parte do setor produtor, os critérios empresariais para a reprodução do conteúdo convencional nas redes sociais também abrangem outros interesses, sendo que o que não é recomendado é as empresas de mídia ignorarem o universo digital.

## 5. TV BORBOREMA

A TV Borborema teve as primeiras transmissões no ano de 1963, a partir do dia 15 de setembro, mas sua inauguração ocorreu somente três anos depois. Em 1966 a televisão foi inaugurada por Assis Chateaubriand. Desde sua fundação, a empresa fica localizada no Edifício João Rique, no Centro de Campina Grande, Agreste paraibano e se caracterizou por ser a primeira emissora de TV do interior do Norte e Nordeste.

Desde 1989 a TV Borborema transmite com o sinal do SBT e atua divulgando as notícias paraibanas mais importantes no Estado. A TV também entra ao vivo através das redes sociais, de forma que esta é uma adaptação mais recente da televisão, já que a empresa começou a atuar mais intensamente nas redes a partir de 2012.

Em entrevista a Azevedo Filho (2016), um dos funcionários que atuou no início da TV, Ary Rodrigues - à época radialista - contou como o processo da transmissão era complicado, de maneira que havia muitos empecilhos para que a programação chegasse nas

telas. Conforme ele, a maior dificuldade da equipe era porque ela nunca havia feito televisão e ainda atuava com limitações técnicas.

[...] a programação era toda feita ao vivo, pois ainda não tinha, pelo menos aqui em Campina, o videoteipe para gravar os programas. Quer dizer, se tivesse um erro no ar não tinha como esconder, ia assim mesmo. Muitas vezes a gente falava sem som, aparecia a imagem, mas não tinha o áudio, era algum problema no microfone e por aí vai. Mesmo assim, colocamos a emissora no ar e fizemos a programação diária com as nossas limitações (RODRIGUES, em entrevista a AZEVEDO, fevereiro, 2016, p.61).

Essa diferenciação de transmissão de conteúdo mostra como a emissora pôde acompanhar os avanços da convergência através da Internet e atingir o público por meio desse viés. Dessa forma, a TV incrementa seu papel de levar informação à população, mas agora com um alcance de público não mais limitado ao regional, graças às plataformas online.

## 6. PROGRAMAÇÃO EM LIVES

Atualmente a TV Borborema tem três produções fixas na grade de programação. Todas são transmitidas de segunda a sexta-feira. Abaixo trazemos uma breve explanação dos conteúdos exibidos:

- **A Patrulha da Cidade** - Programa que veicula prioritariamente notícias policiais e normalmente alcança maior audiência para a televisão. O conteúdo vai ao ar a partir de 12h e tem apresentação de José Cláudio;
- **Hora do Povo** - Transmitido às 13h15 e apresentado por Kalilka Vólia, a Hora do Povo tem a característica de trazer conteúdos jornalísticos de maneira informal e mais interativa, um formato mais popularesco comparado a outros programas jornalísticos;
- **Borborema Notícias**<sup>7</sup> - Com apresentação da jornalista Dessana Araújo, o Borborema Notícias é o jornal noturno da grade, que é veiculado a partir das 19h15 e traz um repasse informativo mais convencional e sem interações.

Assim como as transmissões ocorrem pela TV, os dois primeiros programas acima citados são exibidos em *lives* pelo Facebook e YouTube, onde os webespectadores acompanham a programação, interagem através dos comentários e compartilham as transmissões. Atualmente, as únicas redes online que a TV Borborema usa para reprodução da programação são essas duas plataformas.

### 6.1 FACEBOOK E YOUTUBE: O QUE DIZEM OS NÚMEROS?

Para nossa pesquisa, utilizamos o método quantitativo como forma de levantar informações sobre as redes sociais estudadas. A princípio, frisamos que a transmissão online dos programas analisados teve início no Facebook, em abril de 2017. A ideia, no começo, fazia alusão ao aniversário de 54 anos da empresa, mas permanece até o presente momento. Com relação ao YouTube, a situação é mais recente, já que o funcionamento dessas *lives* iniciou em maio de 2020.

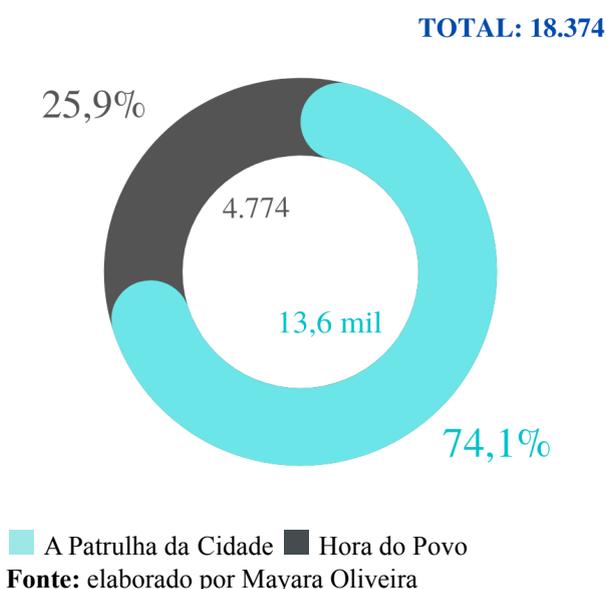
---

<sup>7</sup> O Borborema Notícias não faz parte da análise de conteúdo deste estudo, uma vez que não é transmitido em *Live Streaming* pelas redes sociais da televisão.

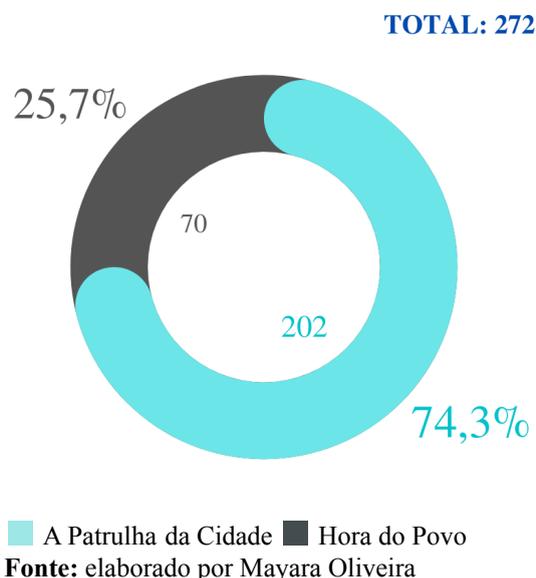
Logo, neste estudo mostramos os números de visualizações e interação - através dos comentários - nas duas redes, a fim de saber qual delas tem gerado mais engajamento para a empresa. Fizemos um levantamento do dia 31 de maio a 11 de junho do ano corrente, pouco mais de um ano após o YouTube iniciar a veiculação desses programas ao vivo. Dentro deste período, nove dias<sup>8</sup> de transmissões foram analisados.

Contabilizamos a quantidade de visualizações e comentários por programa, a fim de fazer um levantamento separado e geral nas redes sociais. Os gráficos abaixo ilustram a situação do YouTube, apontando a porcentagem de cada programa analisado, com base em números de visualizações e comentários do conteúdo durante os dias vistos por este estudo, respectivamente.

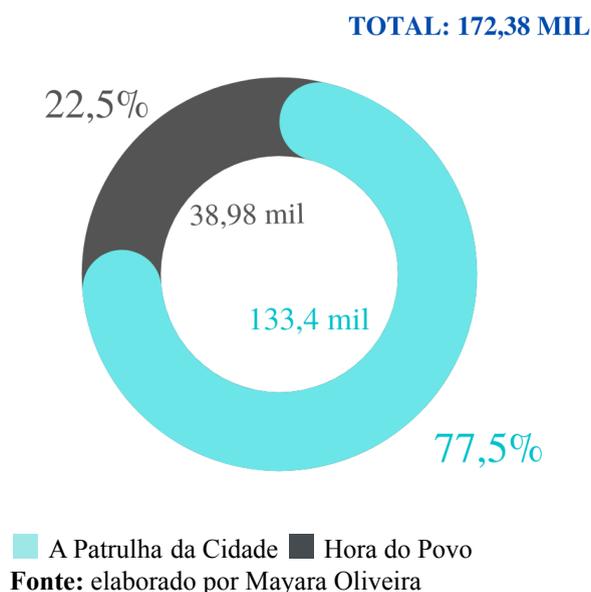
**Gráfico 1 - Números de visualizações no YouTube**

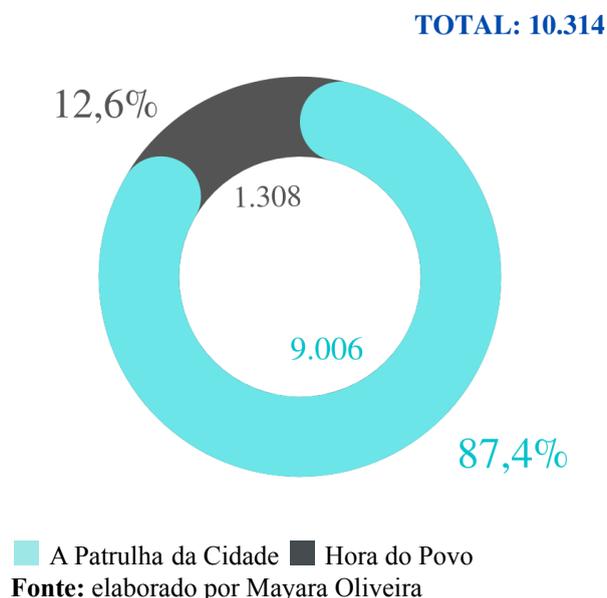


<sup>8</sup> A primeira semana de transmissões estudada levou em consideração números do dia 31 de maio a 3 de junho (segunda a quinta). Para a segunda semana foi feito um levantamento do dia 7 a 11 de junho (segunda a sexta). O dia 4 de junho foi desconsiderado da primeira semana porque a publicação não estava mais disponível no YouTube, impossibilitando a comparação com o Facebook na mesma data.

**Gráfico 2 - Números de comentários no YouTube**

É possível entender, portanto, que na plataforma do YouTube, A Patrulha da Cidade tem mais acessos que o programa Hora do Povo, resultando numa porcentagem semelhante em números de visualizações e comentários se comparado a este segundo programa. Vale destacar esse fato para enfatizar que as *lives* funcionam e resultam de formas diferentes para cada programa, apesar de terem a mesma função para a televisão. Da mesma maneira, os números do Facebook apontam uma diferenciação nos acessos desses conteúdos. Abaixo, segue ilustração em gráficos:

**Gráfico 3 - Números de visualizações no Facebook**

**Gráfico 4 - Números de comentários no Facebook**

A Patrulha da Cidade novamente se sobressai no online quando comparada a Hora do Povo, através das *lives* no Facebook. Os números chamam atenção ainda para o fato de que as transmissões, no geral, pelo Facebook, são superiores em relação à plataforma do Youtube; afinal, quando consideramos o total de visualizações dos dois programas, o Facebook apontou 90,4% de maior audiência.

Esse levantamento mostrou também que o Facebook tende a alcançar outras formas de interação com os webespectadores, uma vez que há mais possibilidades de ‘reagir’ ao conteúdo postado. Por isso, destacamos que outros critérios de interatividade não foram comparados com o YouTube, já que as duas redes têm incrementos de interação que se diferem.

Ressaltamos ainda que com esses números, o Facebook demonstrou maior capacidade em engajar o conteúdo jornalístico da TV em *Live Streaming* pelos comentários gerados na plataforma. Essa forma de interação, por sua vez, mostra que há um direcionamento maior do público em participar por esta rede, seja para deixar um alô aos apresentadores ou até mesmo sugerir reportagens.

## 6.2 REDAÇÃO: O QUE DIZEM OS JORNALISTAS?

Para entender o peso que as *lives* têm para a Televisão Borborema, também ouvimos os jornalistas que trabalham na empresa utilizando o modelo de entrevistas semiestruturadas. Conforme Gil (1999 p. 111), com esse método as entrevistas são desenvolvidas de forma mais espontânea, sem que estejam sujeitas a um modelo preestabelecido de interrogação, diferente das entrevistas estruturadas, já que pré-determinam em maior grau as respostas a serem obtidas. Partindo desse ponto, abaixo descrevemos uma curta apresentação sobre os entrevistados:

- **Magdonia Alves** - Atual gerente de jornalismo da TV Borborema. Formada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela UEPB, há 16 anos Alves integra o quadro de funcionários da televisão, tendo passagem pela produção, edição e chefia de reportagem da empresa;
- **Samara Fernandes** - Com formação na área de jornalismo pela UEPB, Fernandes tem Pós-Graduação em Marketing Digital e Mídias Sociais pelo Centro Universitário Maurício de Nassau. Iniciou a carreira profissional na TV Borborema como produtora em 2016 e atualmente exerce os cargos de editora e diretora da Hora do Povo;
- **Silas Batista** - Também com ensino superior em comunicação/jornalismo pela UEPB e Pós-Graduação em Jornalismo e Mídias Regionais, pela Fundação da Universidade Regional do Nordeste (Furne), Batista atua na área de jornalismo desde 2013. Ele ingressou no quadro de funcionários da TV Borborema em abril deste ano, ao assumir o cargo de editor d'A Patrulha da Cidade.

Dessa forma, foi dada prioridade a escutar os diretores/editores dos programas analisados e a gerente de jornalismo da televisão. Os três acompanham as transmissões cotidianamente e deixam claro que elas acabaram se caracterizando como ferramenta que complementa o trabalho na redação.

Segundo Magdonia Alves, as transmissões no Facebook e YouTube servem como mais uma opção para que os espectadores acompanhem os programas. Elas também funcionam como meio de interatividade com o público, de forma que abrem espaço para os internautas comentarem os assuntos veiculados e/ou solicitarem reportagens que sejam do interesse da comunidade. Assim, de acordo com ela, as *lives* são uma forma aproximar os profissionais dos consumidores:

Elas contribuem para a propagação dos conteúdos veiculados e servem de ligação entre o webspectador e a emissora. O que o internauta/telespectador está pensando, suas necessidades, os conteúdos de seu interesse e o grau de intimidade com nossos apresentadores e repórteres pode ser medido também através das *lives* (ALVES, 2021).

A gerente ainda considera que essas transmissões no online são essenciais para a emissora, pois através delas a televisão consegue alcançar um público que não está na televisão ou não tem ao alcance a transmissão televisionada. Da mesma forma, para a editora do programa Hora do Povo, Samara Fernandes, apesar da TV abranger Campina Grande e municípios circunvizinhos, o sinal não chega em toda a Paraíba e a partir do momento em que as *lives* ocorrem, expande-se este sinal.

Fernandes ainda considera o peso da mobilidade para o interesse do público nas *lives*, afirmando que com as ferramentas digitais, como o smartphone, as pessoas podem consumir os conteúdos da programação sem necessariamente estarem em suas casas ou com a televisão ligada.

Quando a gente pensou em trazer as *lives*, a gente levou em conta principalmente isso, as pessoas que estão em horário de trabalho, por exemplo, se elas acessarem no Facebook elas podem estar interagindo por ali... ou uma pessoa que está no ônibus, e está usando um fone de ouvido e participando... as *lives* vem com esse intuito de trazer o telespectador para mais perto, independente de onde ele esteja (FERNANDES, 2021).

Esses pontos levantados pela editora agregam o que salienta Firmino da Silva (2008) sobre localismo e mobilidade como critérios para o funcionamento do *Live Streaming*. Dessa forma, enfatiza-se que da mesma maneira que os telefones móveis são incorporados às redações e se tornam ferramenta para novas formas de interações com o espaço urbano, a população pode utilizar as mesmas ferramentas para buscar fontes de informações jornalísticas; assim ocorre uma aproximação entre produtor de informação e receptor, mediada pelas novas formas de conexão sem fio.

Ainda segundo Fernandes, de certo modo, é possível acompanhar a audiência pelas redes. Ela explica que não há como medir com precisão a audiência nos dois canais (virtual e televisionado) somente pelo online, já que seriam duas aferições distintas, mas a audiência a que ela se refere está no sentido de saber qual programa gera mais engajamento e com isso entende-se o que o público quer ver. As *lives*, dessa forma, servem como “termômetro” para saber o que está repercutindo.

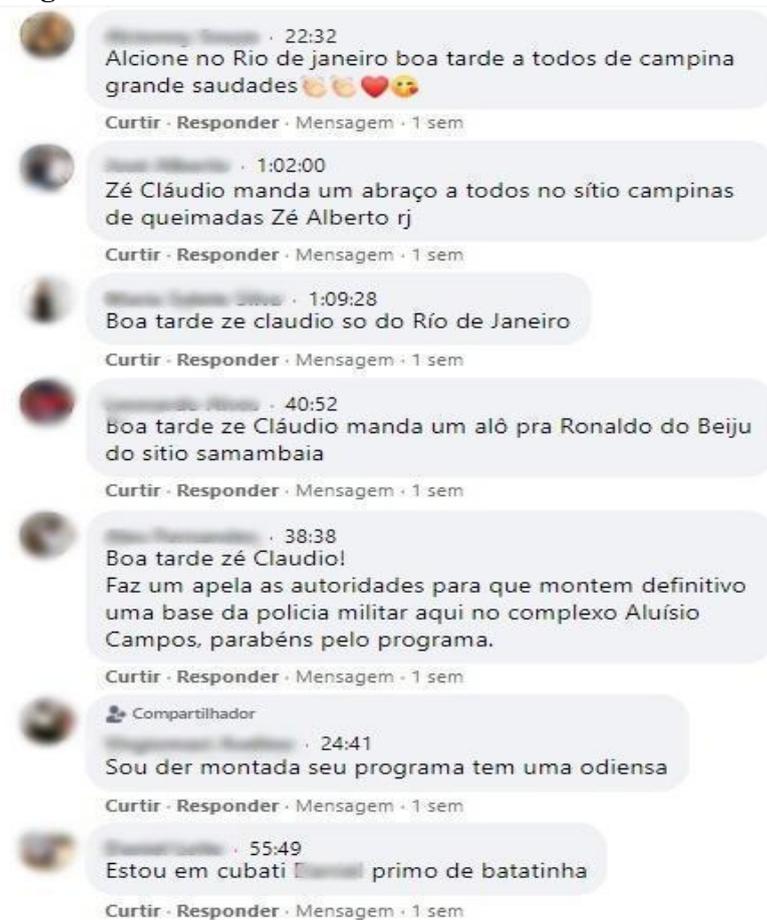
Conforme o editor d’A Patrulha da Cidade, Silas Batista, embora não seja possível dimensionar todo o alcance da audiência pelas redes sociais, pode-se ter a certeza de que há um ganho na quantidade de pessoas que têm acesso ao conteúdo pelas transmissões nas plataformas da Internet, algo que Alves e Fernandes também afirmaram.

A gente se depara muito, durante as interações do programa da Patrulha da Cidade, com mensagens vindas de outras cidades daqui da Paraíba em que o sinal da TV não chega. E principalmente de muitos paraibanos que moram fora do Estado ou do país e que com essas transmissões conseguem ter acesso ao conteúdo (BATISTA, 2021).

De acordo com ele, no caso da TV Borborema, uma possível causa para o Facebook ter mais audiência do que o YouTube seria o fato de que o público consumidor dos produtos pode estar prioritariamente ativo nesta rede social e por isso a plataforma de vídeos do Google pode ser menos acessada. Um segundo fator seria porque os apresentadores têm o costume de fazer mais menção ao público do Facebook através das interações ao vivo.

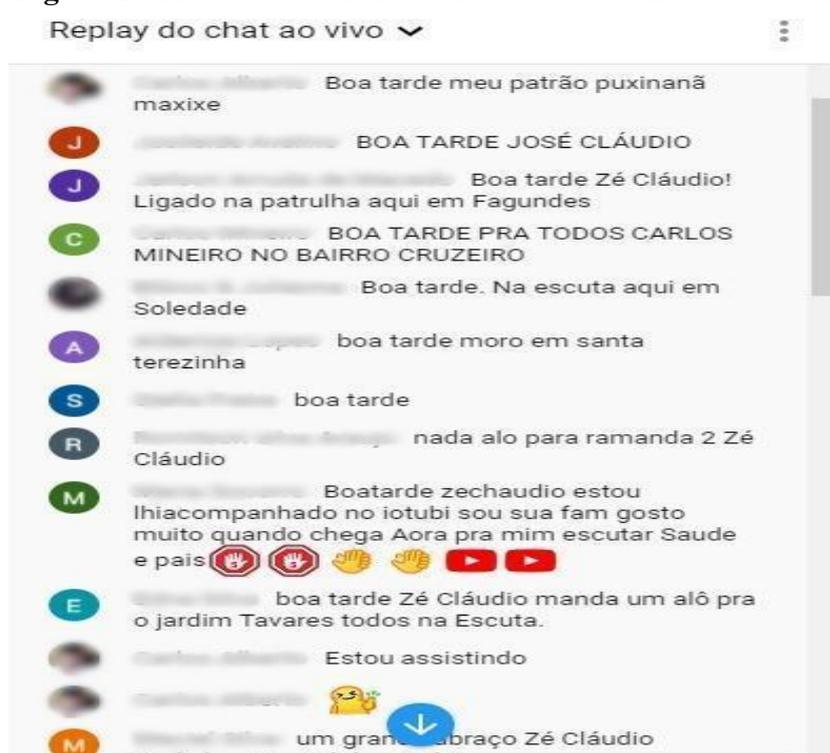
Isso é uma coisa que a gente está tentando romper, não romper totalmente, mas ampliar para que seja inserido com mais frequência o público do YouTube dentro dessas interações e isso tem gerado um engajamento maior nesta rede. A gente percebe que quanto mais você estimula e proporciona que a pessoa se veja ou se ouça sendo falada pelo apresentador, mais ela tende a interagir e outras pessoas se sentem estimuladas ao mesmo. (BATISTA, 2021).

Fernandes compartilha da mesma visão, segundo ela, já houve situações em que as redes sociais alcançaram pessoas na Espanha e Portugal, por exemplo. São pessoas que segundo ela tem algum laço com a Paraíba e em especial com Campina Grande e que graças às transmissões online podem encontrar espaço de reaproximação com o Estado, acompanhando o que acontece na região. Nas figuras abaixo damos exemplos de como pessoas de outros locais interagem pelos comentários das *lives* pelas duas plataformas:

**Figura 1** - Print de comentários em *live* d'A Patrulha da Cidade no Facebook

**Fonte:** Facebook da TV Borborema

**Figura 2** - Print de comentários em *live* da Patrulha da Cidade no YouTube



Fonte: YouTube da TV Borborema

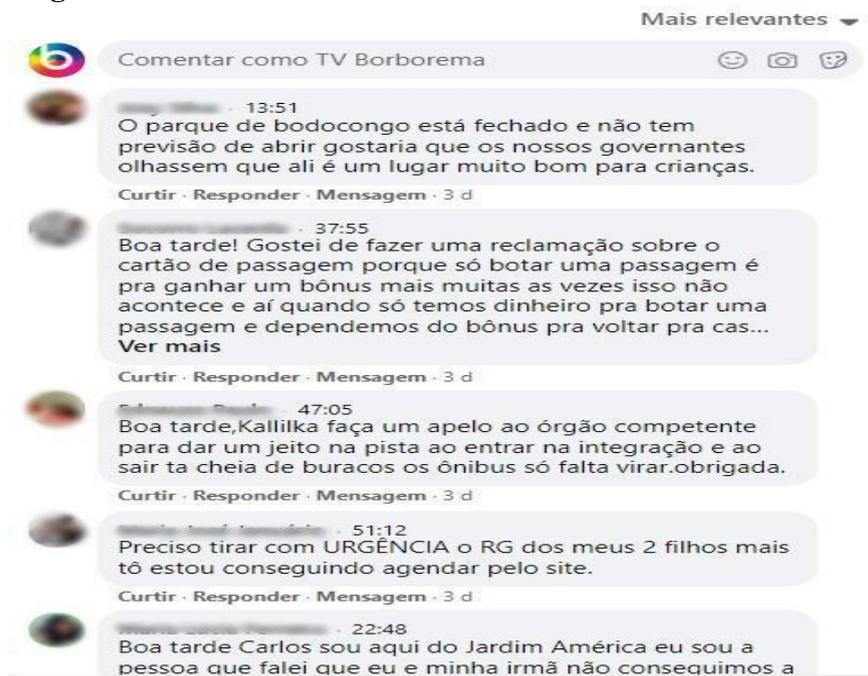
Destacamos que a editora da Hora do Povo também entende que as redes têm um papel maior do que somente transmitir a programação, a partir do momento em que o conteúdo continua na plataforma em que foi publicado, diferente da televisão, já que quando os programas acabam as pessoas não têm controle para ver todo o conteúdo novamente ou no momento que desejarem.

Do mesmo modo, para a empresa, Fernandes define a importância e o critério do compartilhamento para as transmissões nas redes serem importantes, afinal é dessa forma que se gera engajamento para a televisão. Segundo ela, as pessoas não só têm acesso ao conteúdo, elas o tornam compartilhado, sendo uma maneira encontrada pela TV de ser mais vista, já que o material produzido ainda estará circulando pelo online. Segundo a editora, não dá mais para se pensar em um jornalismo que não seja atrelado ao digital, logo, as *lives* hoje têm um papel essencial.

A TV Borborema deu um passo gigantesco em relação a isso quando começou a fazer as transmissões. Ela foi a primeira na região em relação a concorrência a fazer isso, outras emissoras iniciaram depois... essa convergência de mídia está em todo lugar, não dá para fugir. (FERNANDES, 2021).

Para finalizar, os jornalistas ouvidos neste estudo enfatizaram a relevância do Jornalismo *Live Streaming* em receber demandas de conteúdo. Isso ocorre a partir do momento em que as transmissões permitem que as pessoas sugiram ideias de reportagens pelos comentários das redes sociais. Fernandes salienta que pelo menos trinta por cento do que é comentado nesses espaços acaba virando pauta. A figura abaixo ilustra esse quesito:

**Figura 3** - Print de comentários em *live* da Hora do Povo



**Fonte:** Facebook da TV Borborema

A Figura 3 exemplifica, desse modo, como reivindicações pessoais e para a comunidade, nos comentários, podem vir a render como gancho de matérias, ao passo que dúvidas dos webespectadores e/ou sugestões de melhorias quanto às políticas públicas tem potencial em ser ponto de partida para possíveis pautas.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, propomos um estudo de conteúdo com base numa análise quantitativa e qualitativa acerca das transmissões online de conteúdo televisivo pelas redes sociais da TV Borborema. Para isso, entendemos, de forma teórica, como a convergência midiática alterou o formato do jornalismo tradicional com a incorporação das tecnologias no cotidiano da profissão jornalística. Desse modo, também vimos como a Internet e as redes sociais são importantes nestes processos.

No percurso desse estudo, apresentamos números das *lives* da TV Borborema através do Facebook e YouTube da emissora, de forma a analisar o que dizem sobre alguns fatores, como audiência e interatividade, tanto para o programa A Patrulha da Cidade, quanto para a Hora do Povo. Assim, chegamos a conclusão de que o primeiro conteúdo jornalístico se sobressai em relação ao segundo e que, no geral, o material veiculado no Facebook demonstra maior aptidão em alcançar acessos, no caso desta TV.

Com base no material analisado, consideramos que o formato do Jornalismo *Live Streaming* se caracteriza como uma ferramenta complementar no trabalho da TV Borborema. Entendemos que através das *lives* nas redes sociais é possível agregar números de audiência para a empresa, haver aproximação com os espectadores e localizar falas que se transformam em produto, como acontece, por exemplo, nas sugestões de pautas pelos comentários.

Acrescentamos também que dentro do conceito de Jornalismo *Live Streaming* está a busca do público em encontrar um diferencial da programação original, o que se aplica neste

caso, mesmo com a reprodução do conteúdo divulgado pela televisão. Esse processo ocorre durante os intervalos, uma vez que os espectadores têm acesso aos bastidores dos programas e interagem com os apresentadores, o que é uma forma de agregar o material para as redes sociais.

Frisamos ainda que, com relação a TV Borborema, pesquisas posteriores podem estudar o porquê dos acessos no Facebook serem maiores, quando relacionados ao YouTube. Da mesma forma, futuros trabalhos podem desenvolver estudos que se apropriem mais da experiência do público com relação a essas transmissões, como uma maneira de entender como os consumidores são afetados neste aspecto. Vale ainda se aprofundar nos motivos para o espectador buscar o conteúdo da televisão pelas plataformas online.

Levando em consideração o que dizem os jornalistas, também acreditamos que as *lives* podem se tornar um meio de dar voz aos consumidores do conteúdo, que aproveitam o espaço para deixar suas opiniões sobre os temas expostos nas reportagens e encontram no jornalismo online mais uma forma para se expressar e tentar trazer mudanças à comunidade.

Podemos dizer, com este levantamento, que as *lives* pelas redes sociais da TV Borborema além de ferramentas aliadas no cotidiano da profissão são importantes para a audiência, já que alcançam o público que não recebe o sinal pela televisão, ou está mais ligado ao online. Desse modo, as redes sociais se configuram como um espaço para atrelar o jornalismo às importantes mudanças midiáticas convergentes, de forma que o meio convencional se rompa, a fim de ir de encontro ao público.

## REFERÊNCIAS

ALVES, R. C. ‘O jornalismo é a âncora que separa a verdade do boato’. [Entrevista concedida a] Claudia Tozetto. Estadão. Online. 2016. Disponível em: [https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,o-jornalismo-ea-ancora-que-separa-a-verdade-do-boato\\_10000062003](https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,o-jornalismo-ea-ancora-que-separa-a-verdade-do-boato_10000062003) Acesso em: 15 jul. 2021.

AZEVEDO FILHO, R. F. **Campina Grande, Desenvolvimento e Televisão: o caso da TV Borborema**. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional) – Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Campina Grande, 2016.

BARBOSA, S. “Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais.” In: CANAVILHAS, J. (Org). Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilhã, PT: Livros LabCOM, 2013. p. 33-54.

CÁDIMA, F. “Novas Convergências Digitais: Mídia, Humanidades e Artes”. Revistas Novos Olhares, Vol. 4.1. 2015.

CANAVILHAS, J. “Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático.” In: Periodismo Transmedia: miradas múltiples, p.53-68, ISBN: 978-958-738-1. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013.

\_\_\_\_\_. ‘Jornalismo em Ambientes Multiplataforma: Diálogos Convergentes’ [Entrevista concedida a] Revista Latino-americana e Jornalismo - Âncora. Universidad del Rosario. 2016. Disponível: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/27914/v03n01a12.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso: 3 out 2021.

CANNITO, N. G. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

CARDOSO, G. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

DAMÁSIO, M. J. **Televisão e Novos Meios da Produção aos Públicos**. LabCom. 2021.

FAUSTO NETO, A. “Fragmentos de uma ‘analítica’ da midiatização”. Revista Matrizes Ep. 89-105, 2008.

FRAGOSO, S. **De interações e interatividade**. Anais do X Compós – Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação. Brasília: Compós, 2001.

JAMBEIRO, O. F. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA. 2002.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MOTA, A. **Jornalismo Live Streaming: um estudo das apropriações jornalísticas da tecnologia de transmissão audiovisual ao vivo no Facebook**. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia - UFBA. Salvador. 2019.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R. Z. G. “RT, por favor: considerações sobre a difusão de informações no Twitter.” Revista Fronteiras. Vol 12, n. 2, Maio-Agosto de 2010.

FIRMINO DA SILVA, F. “Jornalismo live streaming: tempo real, mobilidade e espaço urbano”. In: Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, UMESP (Universidade Metodista 219 de São Paulo), São Bernardo do Campo-SP: 2008.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo Móvel**. Coleção Ci ed. Salvador: Edufba, 2015.

\_\_\_\_\_.; GUIMARÃES, E. M.; SOBRINHO NETO, J. C. “Ao Vivo no #Periscope: A Experiência da ESPN Brasil com Live Streaming Via Mobile.” Âncora - Revista Latino-americana de Jornalismo, v. 3, n. 2, p. 141–161, set. 2016.

SOUSA, M. C. E. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na Internet**. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Jornalismo) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2013. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/122790>.

SQUIRRA, S. “Convergências tecnológicas, mídias aditivas e espiralação de conteúdos jornalísticos.” In: D’ANDRÉA, Carlos; LONGHI, Raquel. (Orgs.). **Jornalismo Convergente: reflexões, apropriações, experiências**. Florianópolis: Insular, 2012.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**; tradução Marcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. – 1. Ed. – São Paulo: Boitempo, 2016 [1974].

WOLTON, D. **Pensar a Comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília. 2004.