



UEPB
Universidade
Estadual da Paraíba

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

YASMIN ALVES ALENCAR

Telejornalismo e convergência: o uso do Facebook na TV Borborema

**CAMPINA GRANDE
2017**

YASMIN ALVES ALENCAR

Telejornalismo e convergência: o uso do Facebook na TV Borborema

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na modalidade artigo no Curso de Graduação de Comunicação Social - hab. Jornalismo na Universidade Estadual da Paraíba em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel.

Área de concentração: Telejornalismo e Convergência

Orientadora: Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima

**CAMPINA GRANDE
2017**

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.

A368t Alencar, Yasmin Alves.
Telejornalismo e convergência [manuscrito] : o uso do Facebook na TV Borborema / Yasmin Alves Alencar. - 2017.
27 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Telejornalismo. 2. Convergência. 3. Transmídia. 4. Facebook. 5. TV Borborema.

21. ed. CDD 303.483 3

YASMIN ALVES ALENCAR

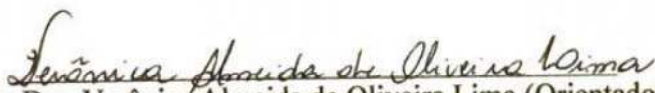
Telejornalismo e convergência: o uso do Facebook na TV Borborema

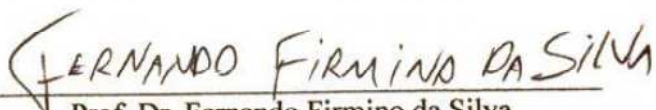
Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado no Curso de Graduação de
Comunicação Social - hab. Jornalismo na
Universidade Estadual da Paraíba em
cumprimento à exigência para obtenção
do grau de Bacharel.

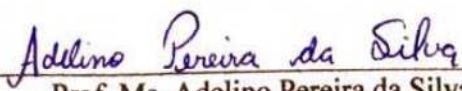
Área de concentração: Telejornalismo e
Convergência

Aprovada em: 18/12/2017.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


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


Prof. Ms. Adelino Pereira da Silva
Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos (CESREI)

A Deus Pai, Filho e Espírito Santo por sua
infinita misericórdia e amor, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que conduziu-me experimentar a confiança de ser filha amada e mergulhar em sua fonte de amor e misericórdia.

À Santíssima Virgem Maria, calmaria em meio as tempestades, perpétuo socorro e regaço acolhedor diante dias de luta.

Aos meus pais, Absmaneide Alves dos Santos e Clodoaldo Alencar Nóbrega (*in memoriam*) por todo o cuidado, paciência, carinho e confiança. Gratidão infinita a Deus, pela graça de ter pais plenos em caráter, honestidade e bondade.

Às minhas avós, Maria Arlete Alencar Nóbrega e Maria Marcolino Alves dos Santos, pelo desvelo em me ver sempre bem e por todo amor dedicado.

À minha madrinha Cleodaci Alencar Ramalho, tia e segunda mãe, a quem sei que posso recorrer sem medo e em quem tenho abrigo materno desde da minha mais terna infância.

Às minhas amigas, Adriana, Melânia, Anna Karyne, Amy, Nilmara e Karol pelos anos de amizade e companheirismo.

À Comunidade Remidos no Senhor, lugar de resguardo e proteção, onde permite-me encontrar a Deus e a mim mesma.

À minha orientadora Dra. Verônica Oliveira, pela sabedoria e benevolência que tanto me auxiliaram nesse período.

A todos os professores do Departamento de Comunicação Social, em especial, ao professor Dr. Fernando Firmino da Silva pelo auxílio.

À TV Borborema, por todos os amigos que me concedeu e por todo o aprendizado durante o período de estágio.

“Sem inteligência, até as virtudes mais excelsas se tornam caricaturas de si mesmas.” Olavo de Carvalho

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. TELEVISÃO E LEGADO DE PODER	11
3. A ERA CONVERGENTE NO TELEJORNALISMO	15
4. ROTINAS PRODUTIVAS EM TRANSIÇÃO	17
5. O FACEBOOK E A REVOLUÇÃO MUDIÁTICA	19
6. METODOLOGIA, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	20
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
8. ABSTRACT	27
9. REFERÊNCIAS	27

Telejornalismo e convergência: o uso do Facebook na TV Borborema

ALENCAR, Yasmin Alves¹

RESUMO

A necessidade da ubiquidade para o jornalismo e o novo *modus operandi* da profissão, impulsionou o aperfeiçoamento e a junção de inúmeras técnicas em um só profissional, possibilitando que o ato da construção e distribuição de notícia ocorresse de uma forma plural, facilitando, assim, a vida dentro das redações, além de influenciar os costumes inerentes àquelas práticas, já que os progressos tecnológicos e todos os seus aparatos tem moldado diretamente as rotinas produtivas. Desse modo, a convergência das mídias vem demarcando seu território e demonstrando sua importância, em especial, para o telejornalismo. Para adentrar nesses processos midiáticos, faz-se necessário discorrer sobre a tão falada convergência no meio midiático e como a cultura participativa vem se utilizando dessa via para adentrar espaços que até então eram restritos apenas aos jornalistas. Para isso, este artigo tem o intuito de analisar de que forma as redes sociais, especificamente o Facebook, tem oferecido visibilidade e interação, além de influenciar diretamente a construção da notícia dentro do ambiente jornalístico da TV Borborema, demonstrando como as rotinas dos profissionais de comunicação foram alteradas juntamente com novas incumbências para a área. O trabalho em tela se constitui de uma pesquisa exploratória, com uso de pesquisa bibliográfica, inserção dentro da redação da emissora e entrevista estruturada com envolvidos no processo de convergência na TV. Mediante tal análise, foi possível constatar como o uso das redes sociais vem redefinindo a construção do que é veiculado na TV Borborema, influenciando desde a produção interna da redação até a equipe externa de reportagem.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo. Convergência. Transmídia. Facebook.

¹ Graduanda em Comunicação Social – hab. Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba.
E-mail: alencaryas@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da tecnologia, ao longo dos séculos, alterou profundamente diversos aspectos da vida, chegando-se, na contemporaneidade, a se falar, inclusive, em uma era tecnológica, pois a criação de novos inventos passou a um nível acelerado, que se redefine em curtos espaços de tempo, exigindo, portanto, a constante adequação da sociedade em rede a novos padrões de comportamento.

Vivencia-se, portanto, uma verdadeira revolução, que modificou profundamente os paradigmas de tempo e espaço, bem como tornou os limites entre o mundo real e o virtual cada vez mais enfraquecido.

Com o surgimento das novas plataformas digitais, que promoveram maior facilidade e agilidade na transmissão da informação, o uso da tecnologia incorporou-se às atividades rotineiras, tais como estudo, trabalho e relações interpessoais, exigindo, assim, que as pessoas e as organizações se adaptem a esse novo cenário.

Nesse contexto, o surgimento e vertiginoso crescimento das redes sociais interliga pessoas do mundo inteiro, em tempo real, permitindo a rápida disseminação de informações.

Segundo Nogueira (2010), Redes Sociais são o meio onde as pessoas se reúnem por afinidades e com objetivos em comum, sem barreiras geográficas e fazendo conexões com dezenas, centenas e milhares de pessoas conhecidas ou não.

Para Barefoot (2010, p. 27), embora a interação on-line não seja algo novo, essas tecnologias inseridas na rede tornam a comunicação on-line global e massiva acessível a qualquer pessoa que tenha uma conexão com a internet. Ainda mais significativo, elas adicionam um elemento de participação às comunicações on-line.

Dessa forma, antigos dispositivos de comunicação para a sociedade foram obrigados a passar por um processo de reconfiguração em suas práticas, linguagens e narrativas, mudando formatos e deixando de lado a tradicionalidade que perdurou durante muitas décadas. Nesse contexto de transformação midiática, a televisão foi um dos modelos de comunicação que mais tem sofrido alterações, a partir de diferentes imposições sociais que impulsionaram sua transformação.

Mediante tais imposições e com o aparecimento das redes sociais, as emissoras de TV visualizaram a necessidade de adentrarem em uma nova conjuntura tecnológica, em que a mídia tradicional e contemporânea se unificam em um processo de convergência.

Assim, todos os processos de criação e execução da notícia passaram a ser repensados, permitindo que o público tivesse papel importante nos processos de produção. A interação e transmidiação se fortaleceram, e a cultura participativa² incorporou-se a um novo tipo de jornalismo, que caracteriza-se pela convergência.

Portanto, esta pesquisa propõe expor como a TV Borborema, emissora consolidada no cenário televisivo há mais de cinco décadas, tem adentrado em um espaço midiático e atualizado tecnologicamente, procurando demonstrar como as redes sociais possuem papel de extrema valia para adequação dos meios tradicionais de informação aos novos padrões da informação na era tecnológica. O artigo em questão busca compreender e compor conceitos diante do escopo de pesquisa desejado, moldando-se através de uma pesquisa exploratória sobre as novas ferramentas adotadas pela TV Borborema³, identificando como se dá dentro da emissora a produção de conteúdo que é proveniente de mensagens das redes sociais.

2. TELEVISÃO E LEGADO DE PODER

Dona da centralidade na sala de inúmeros brasileiros durante muito tempo, a televisão foi um dos meios mais relevantes para a história da comunicação, sendo não só um dos objetos mais rápidos para a transmissão de notícias, como também formadora de opinião e onipresença em meio a acontecimentos que definiram a história do mundo.

De acordo com Raymond Williams (1997), a televisão foi criada para corresponder necessidades culturais e sociais. Ou seja, indo além de descobertas tecnológicas e reafirmando que quando existe uma necessidade social sobre determinada coisa, é possível encontrar a solução em formato tecnológico. Tal mutação sociológica afirma que não foi a tecnologia que produziu uma nova sociedade, mas sim a mudança social e as necessidades inerentes a ela foi que conceberam a tecnologia com seus formatos e narrativas específicos da época.

Diante dessa necessidade, a TV chegou ao Brasil e construiu história. Sua memória foi e é marcada por várias fases e estudos que se gladiam entre si com o objetivo

² De acordo com Jenkis, a expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (Jenkis, 2009, p. 4)

³ Localizada em Campina Grande, na Paraíba, a TV Borborema foi fundada em 1966 por Assis Chateaubriand.

de afirmar quando aconteceram as primeiras transmissões no país. Todavia, é notável que apenas em 25 de janeiro de 1950 foi que os equipamentos vanguardistas vindos dos Estados Unidos da América chegaram ao porto de Santos, adquiridos por Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, considerado “herói” da comunicação nacional. (MAIOR, 2017)

Passados oito meses após a chegada das máquinas que redefiniram a comunicação brasileira, o proclamador de tais mudanças, paraibano umbuzeirense, carinhosamente chamado de Dr. Chatô, inaugurava no dia 18 de setembro de 1950 a primeira emissora televisiva do Brasil que foi intitulada de PRF 3 – TV Tupi de São Paulo, tornando-se pioneira não só para os brasileiros, como também para toda a América Latina.

Ao longo dos anos, os primeiros canais foram se consolidando em sua grade de programação com telejornais e telenovelas. Já em 1956, Chateaubriand contraiu mais oito estações referentes a TV Tupi. Dentre elas, em Campina Grande, na Paraíba, a emissora que mais tarde receberia o nome de TV Borborema e que entraria no ar sete anos depois em fase experimental, foi o alfa para a comunicação televisiva do Norte e Nordeste. (MAIOR, 2017)

No decorrer de sua jornada, a televisão atravessou diversos avanços tecnológicos, a partir do *videotape* (VT) no final dos anos 1950, que acarretou várias transformações na forma de trabalhar na televisão. Permitindo a gravação de programas e perpetuando-os em outras estações. (PEREIRA, 2010)

Durante os anos subsequentes ao seu surgimento, a profissionalização da TV se deu a partir do rádio, já que era fortemente marcada por radialistas e toda a sua grade de programação era proveniente da radiodifusão. Em contínuo progresso, a televisão brasileira deixou o preto e branco de lado e realizou a primeira transmissão em cores no ano de 1972, marcado por um governo populista que impôs uma regulamentação e transmutou a exibição de conteúdos internacionais em função apenas de exibições nacionais. (MATTOS, 2000)

Não obstante, os avanços não pararam por aí. Na década de 1980, a chegada do videocassete impulsionou a criação de produções independentes direcionadas para as emissoras. Seguidamente, nos anos de 1990, os sistemas de televisão a cabo demarcam uma nova era para a TV com segmentos específicos, adição do número de canais e o primeiro canal de notícias 24 horas pertencente ao grupo Globo. A partir daí, surge uma nova era para a televisão no Brasil, acima de tudo, uma nova forma de fazer TV que se perpetua até os dias atuais, forjando modernos formatos de produção e viabilizando que

os telespectadores possam escolher o que assistir e quando assistir. Sendo assim, é entre os anos 1990 e 2000 que a transfiguração da televisão acontece e sua evolução vincula até a contemporaneidade.

Com a possibilidade de escolher em seus variados segmentos e, principalmente, pela busca em conteúdo sob demanda, o clássico arquétipo de televisão vem sendo rompido. Logo, podemos ver chegar novos conceitos acerca do que é ou não TV, gerando debates e questionamentos sobre o assunto. Tais argumentações, surgem a partir do momento em que os progressos tecnológicos impõem transformações nas produções, distribuição e modo de consumo dos conteúdos televisivos.

Inserida dentro de uma mesma ecologia mediática, a televisão tem sido afetada, de modo direto, pelos novos modos de produção das tecnologias da convergência, seja pela emergência dos meios interativos, seja pela circulação de conteúdos por diferentes sistemas de distribuição. (FECHINE, 2009, p. 139).

Assim sendo, a forma de consumo de televisão também passa por mudanças. De maneira que o aparelho televisivo acaba perdendo sua centralidade e importância transferindo o seu lugar para multiplataformas, propiciando que o receptor de conteúdo possa assistir TV em qualquer lugar, seja através de um *desktop*, *notebook*, *tablet* ou celular.

Para isso, a receptividade dos brasileiros para com a TV Digital foi decisiva. A transmissão de sinais digitais rouba o posto do analógico, sendo mais poderoso no que diz respeito à recepção de sinais e transportando consigo uma cadeia de inovações, tanto no que tange sua forma estética, como som estéreo e melhoramento de imagem, além de possibilitar a convergência entre meios eletrônicos.

No Brasil, a história da TVD⁴ passou a ser escrita em 29 de junho de 2006, quando o então presidente da república Luís Inácio Lula da Silva firmou o decreto de número 5.820/2006, determinando procedimentos para a chegada da digitalização nas emissoras de TV's brasileiras. A prescrição salientava que as emissoras tinham o tempo máximo de até 10 anos para realizar mudanças do analógico para o digital. No eixo Rio-São Paulo, as modificações passaram a acontecer em 2007, ano seguinte após a assinatura do decreto que veio para traçar mais uma etapa da história televisiva no país. (CANNITO, 2009)

Destarte, manifestou-se a necessidade de aperfeiçoamento da televisão a partir de novas tecnologias, principalmente quando a internet passou a imperar no cotidiano dos

⁴ TV Digital

brasileiros, colocando em xeque a velha questão de que uma mídia substitui a outra, por conseguinte, reascendendo a quimera sobre o possível fim da TV.

Todavia, a convergência midiática veio para quebrar tais paradigmas e deixar claro que diferentes suportes podem dialogar entre si. Demonstrando que diferentemente da separação das mídias que costumávamos ver, no momento presente o que se destaca é a união de conteúdos em distintos suportes. Em vista disso, torna-se indispensável que o conteúdo direcionado para a convergência, possa passear com liberdade em meio a plataformas divergentes, assinalando que não seja mais possível detectar um desmembramento midiático.

As marcas empresariais tornam-se cada vez mais importantes, mas, por outro lado, deixam de se definir apenas pela especialidade técnica (produção de livros, filmes, etc) e podem passar a se definir também por um setor de conteúdo (produção de conteúdo infantil, adulto, ecológico, etc), optando por criar vários produtos em diferentes mídias para o mesmo conteúdo. (CANNITO, 2009, p. 64)

Prontamente, uma nova compreensão apodera-se do antigo *status quo* que pairava sobre os aspectos televisivos. De modo que, os modelos que até então estavam em crise, passaram a ser remodelados, apostando em novos moldes de interação e fidelização de público. Eis que o aparecimento do que chamamos de TV transmídia torna-se o novo *modus operandi* dos canais de TV's brasileiros.

De acordo com Fechine *et al* (2013, p. 25) a transmídiação se define através da “ação estratégica de comunicação oriunda de um destinador-produtor geralmente identificado – mas não exclusivamente – à indústria midiática”. Ou seja, torna-se claro que a produção de conteúdo é parte integrante de um planejamento direcionado que envolve interesses de empresas. Uma vez que, para que esse processo se concretize é fundamental que exista pelo menos dois tipos de mídias diferenciadas, prioritariamente a mídia de maior relevância e outra que possa ser colocada dentro de uma proposta de projeto de transmídiação.

Além de todo o processo de mutação que a TV está passando em união com narrativas transmídia, gera-se um novo tipo de audiência voltado para pessoas que consomem conteúdos direcionados a outras plataformas. E é graças a transmídiação e estratégias de interação que a nova matriz de audiência surge e domina as emissoras, adentrando a cultura participativa e permitindo que cidadãos comuns possam contribuir e participar da criação de conteúdo, engendrando as empresas de comunicação a tornarem-se dependentes de seus consumidores.

Em síntese, é pertinente salientar que a televisão em todo o seu percurso histórico esteve sofrendo impactos em cada estágio de sua evolução. Não obstante, pelas facetas em se refazer, ela vem conseguindo suplantar toda a metamorfose tecnológica e continua empenhando-se em perpetuar o seu legado de poder.

3. A ERA CONVERGENTE NO TELEJORNALISMO

O contínuo avanço das tecnologias nas últimas décadas trouxe consigo a necessidade de adequação dos meios de comunicação tradicionais às novas configurações e parâmetros de transmissão das informações. Com a televisão não poderia ser diferente, afinal, na contemporaneidade, não é mais necessário ter um aparelho de TV em casa para poder assistir o que emissoras abertas – ou por assinaturas – expõem em sua grade de programação. Em um simples aparelho portátil, como o celular, é possível fazer isso. Ou seja, mudaram-se os formatos e, em consequência disso, a televisão também se viu compelida a mudar suas narrativas e forma de engajamento.

É bem verdade que, em percursos históricos e civilizacionais, a transformação é algo presente na sociedade, o que varia em cada período de forma distinta. Não obstante, na atualidade, experimentamos um profundo redimensionamento nas relações de sociabilidade, haja vista a fusão entre o mundo real e o virtual, representados pela expansão das mídias digitais, em especial, as redes sociais e pela cultura da convergência midiática que uniu suportes midiáticos até então divergentes.

Bem-vindo à cultura de convergência, onde as novas e as velhas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis. (JENKINS, 2009, p. 343)

É por meio da união de antigas e novas mídias que irrompem as diferenças entre gêneros, tecnologias e a partir disso surge uma nova forma de produção de conteúdo. No processo de convergência, os consumidores deixam seu lugar apenas de receptor e começam a possuir espaço de interação e participação direta na construção do produto. Mediante isso, é admissível constatar que a convergência dos meios tornou-se realidade e compeliu para que a transmídiação fosse indispensável para o jornalismo moderno, principalmente ao falarmos do ajustamento feito entre vários tipos de mídias. Isto é, a

transmídiação é um fruto da convergência, seja em qual for a plataforma digital, propiciando que o público escolha onde e quando buscar informações.

No telejornalismo, as modificações caminham desde dos estúdios, por meio da mudança de hábito dos apresentadores, deixando a apresentação mais leve e com menor rigidez, até a interação e cultura participativa perante os conteúdos vinculados nos canais. Para isso, o uso das redes sociais para a convergência das mídias vêm sendo fundamental nas emissoras, principalmente em presença das imprecisões que a televisão vive sobre o seu futuro à frente de aparatos tecnológicos que estão sendo impostos socialmente.

De início, as redes sociais eram utilizadas por parte de conglomerados de comunicação de forma tímida, no máximo uma *fanpage* anunciando a programação. No entanto, é perceptível a inserção dos meios tradicionais de comunicação nas plataformas digitais modernas, a fim de adequar a multimedialidade e interatividade presentes na internet. Assim, o investimento em novas ferramentas capazes de gerar sinergia entre as plataformas tem se tornado a prioridade das mencionadas estações, de modo que, é possível visualizar emissoras de televisão utilizando aplicativos que possibilitam assistir todo o conteúdo sob demanda que já foi exibido ao vivo, ou então emissoras que transmitem sua programação em tempo real pelo Facebook ou Youtube, além das inúmeras formas de interação e possibilidades que os telespectadores têm para participar, propiciando que possam estar presentes em todos os lugares através de todos os meios e plataformas.

A convergência dos meios é um processo em andamento, ocorrendo em várias interseções de tecnologias de mídia, indústrias, conteúdo e audiências; não é um estado final. Nunca haverá uma caixa preta para controlar todos os meios. Ao invés disso, 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, 2009, p. 93).

Em função dessa convergência, o telejornalismo viu-se obrigado a se recriar e adaptar-se ao processo tecnológico com os novos meios, acolhendo características de outros meios para si. E é diante de tal cenário que as mutações se concretizam, não só pela transfiguração de formatos e linguagens até então inerentes ao jornalismo tradicional, mas também por uma nova representação do profissional que percebe a necessidade de

redesenhar sua produtividade. De forma que, as empresas jornalísticas passam a ter uma ânsia por atingir variados tipos de público, não centralizando sua produção apenas para as notícias, mas inserindo essa notícia no mundo do entretenimento com o intuito de alcançar múltiplos gêneros de audiência.

A convergência remodela tudo: da linguagem à organização das empresas, que estão revendo seu plano de negócios e reorganizando seu modelo de produção. Uma tendência crescente no mundo da convergência é o desenvolvimento de produtos e serviços cruzados entre empresas de diferentes setores da indústria de comunicação e entretenimento. Uma imagem produzida originalmente para cinema pode, com a tecnologia digital, ser exibida também no celular. Isso faz que as obras sejam, desde o início, concebidas com uma linguagem adequada a várias saídas, ou com conteúdos extras que possibilitem ações *cross media* (mídia cruzada) ou transmídia. (CANNITO, 2010, p. 84).

Ou seja, por intermédio da convergência das mídias, é possível que determinado conteúdo possa percorrer livremente por diferentes plataformas com o intuito de alcançar um público específico em cada ambiente. Para isso, o telejornalismo tem se utilizado de diferentes aportes, não só midiáticos, como também sofrendo um processo de transição em suas rotinas de produção e impondo mudanças radicais na forma de criação por parte de seus produtores; impulsionando-os a assumir um número maior de tarefas e possuir domínios técnicos que vão além de busca de dados e produção de conteúdo, e sim perpassando por edição e compartilhamento de conteúdo. (PEREIRA, 2014)

4. ROTINAS PRODUTIVAS EM TRANSIÇÃO

A pluralidade de sentidos dentro da comunicação e os inúmeros caminhos que podem ser seguidos através do jornalismo, têm modificado os aspectos da profissão. Sendo indispensável que os jornalistas estejam conectados a todo momento e vivam uma permanente ubiquidade dentro e fora de seu setor de trabalho. De forma que, a imprescindibilidade até então dedicada para a notícia experimente mudanças.

Em consequência disso, a prática social jornalística atravessa um processo de reinvenção, precipuamente sofrendo uma reconstrução fundamentada em sua estrutura e modelos produtivos, decentralizando práticas consagradas em suas atividades e atravessando novos caminhos inerentes a modernidade tecnológica.

No telejornalismo principalmente, é possível ver com clareza como tal processo de transição está ocorrendo. As mudanças visuais são claras, cenários interativos são postos para os apresentadores, (independentemente do caráter do jornal),

concomitantemente, a linguagem típica dos telejornais são deixadas de lado e dão lugar a uma locução com termos mais leves, sem a inserção contínua de um teleprompter⁵, o que permite o apresentador criar um diálogo com seus telespectadores, além de abrir espaço para que o jornalista possa emitir sua opinião sobre determinado fato. Outro aspecto decisivo na mutação dos telejornais parte através da interação por meio das redes sociais, permitindo que os internautas possam interagir ao vivo. Todavia, as mudanças estruturais não restringem-se àquilo que é visualmente exposto, já que por trás da notícia a produção também vive severas mudanças.

A convergência midiática e das redações foram determinantes para as alterações que as rotinas produtivas estão sofrendo, contudo, a intimidação pela rapidez na notícia é a marca prioritária e é o que delineou a conversão do telejornalismo nos últimos anos juntamente com o crescimento e utilização das tecnologias digitais. Não obstante, o perfil do jornalista exigido pelas empresas de comunicação na contemporaneidade também sofreram alternâncias em seu arcabouço. O número de atividades aumentou para um mesmo profissional, impondo-o a produzir, redigir e editar, além de construir conteúdos direcionados para cada tipo de plataforma assumida pela empresa, seja impresso, TV, rádio ou online.

Em função de tais modificações no telejornalismo e com a exigência de reconfigurar linguagens, as notícias adotaram um caráter de precisão e objetividade. O que de acordo com Pereira (2014), possibilita sua utilização em formatos midiáticos variados reafirmando o processo de transmidiação pelo qual os canais de notícias estão vivenciando.

Juntamente com tais alternâncias na produção jornalística contemporânea, outros fatores são deliberativos para essa prática. Nisso consiste grande parte o uso das redações integradas por emissoras jornalísticas, onde o digital possui forte relevância para o canal emissor proporcionando um funcionamento simultâneo e compelindo para que seja gerado um esforço coletivo de ambos os setores. Ou seja, o jornalista deixa de ter uma “especialidade” e torna-se um multimídia. Portanto, é comum encontrar um repórter em atividade carregando um *smartphone* e filmando para as redes sociais, quiçá transmitindo o fato ao vivo. Estabelecendo harmonia entre diferentes esferas e tecendo um novo tipo de interação.

⁵ Equipamento colocado na câmera que permite a leitura de texto pelo apresentador.

Mediante essas transformações, as redes sociais converteram-se em um poderoso aporte para a profissão jornalística, fazendo-se também decisória para produtores e receptores do produto midiático. Englobando, assim, um conjunto de unidades e processos por meio sua utilização e sendo essencial para canais de comunicação.

5. O FACEBOOK E SUA REVOLUÇÃO MIDIÁTICA

Com o avanço da cibercultura⁶, as redes sociais tornaram-se um divisor de águas na era da interatividade para a comunicação, facilitando não só o processo comunicativo entre emissores e receptores de mensagens, como também, propiciando uma maior difusão de conteúdos e conexão do caráter social.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). (WASSERMAN e FAUST, 1994; DEGENNE e FORSE, 1999 apud RECUERO, 2009, p. 24)

Tais redes não são consideradas apenas como ferramentas, mas sim novos horizontes que instiga o jornalismo em suas produções e transmuta conceitos relativos às comunicações nas relações pessoais. Já que a pluralidade de informações difundidas através da ligação entre os usuários de redes sociais é algo significativo, pois aumenta o fluxo de informação dentro da própria rede.

E é por essa pluralidade e intenso fluxo de informações, que acontecem mudanças também no ambiente digital, de tal modo que, uma teia comunicativa vai substituindo a outra. Foi assim que no ano de 2004, o americano Mark Zuckerberg deu seu ponta pé inicial com o Facebook. A priori, o jovem estudante criou uma ferramenta simples que possuía o objetivo de promover interação entre os jovens universitários da Universidade de Havard. O progresso da rede social foi veloz e eficaz, no mesmo ano de sua criação foi adicionado o mural que autorizava os usuários a enviar mensagens para o perfil dos seus amigos. Um ano após o seu lançamento, o Facebook permitiu que fosse compartilhado fotos e em 2008 foi acoplado a sua plataforma o compartilhamento de vídeos, em 2009 foi lançada a ferramenta de chat, aplicativo para iPhone e foi incluído o botão de “curtir”.

⁶ Termo criando por Lévy (1999), para designar padrões culturais interligados entre internet e a comunicação em rede de computadores.

Na época, produzir, compartilhar e interagir não era muito comum para os internautas que se encontravam em redes sociais, esses mecanismos eram viáveis apenas para os possuidores de blogs em suas respectivas plataformas. Entretanto, a utilização do Facebook disseminou-se e ele passou a exercer função decisiva na revolução midiática. De tal modo que suas funções apenas de interatividade entre universitários foram deixadas de lado e passou a ser decisiva para a comunicação midiática.

A disseminação do Facebook na internet fez com que as empresas outorgassem a essa rede o seu devido valor e ela passou a se popularizar em todos os âmbitos da vida social, facilitando a comunicação entre os seus produtores e receptores. A interatividade é seu maior trunfo e a participação dos seus usuários une-se as variadas utilidades que essa rede social exerce, criando laços dialógicos que permite a interação entre autores e leitores repetidamente sendo construída e reconstruída por trocas sociais. (RECUERO, 2009; p. 95)

Diante de inúmeras funções, o Facebook foi adotado por jornalistas e canais de comunicação tradicionais, tornando-se fundamental para a criação e execução dos novos formatos de construção no jornalismo, dando ressignificações à sua utilização, como também ao ambiente digital e suas implicações para mídias televisivas, radiofônicas e impressas.

6. METODOLOGIA, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

À frente de tal conjuntura, o Facebook é determinante para as novas possibilidades inseridas no telejornalismo, propiciando proximidade e rompendo alteridades que existiam entre TV e público.

Nesse contexto, as emissoras observaram a imprescindibilidade de estarem presentes nas redes sociais e como seu uso poderia intervir diretamente em seus interesses, como: manter audiência, perscrutar o que as pessoas querem assistir e possibilitar que as reportagens sejam consequências do que foi proposto pelos seus seguidores, promovendo com que a TV caminhe juntamente com uma cultura participativa.

Nem todos os membros precisam contribuir, mas todos devem acreditar que são livres para contribuir quando estiverem prontos e que suas contribuições serão devidamente valorizadas. Em tal mundo, muitos vão se envolver mais superficialmente, alguns vão cavar mais fundo, e outros ainda vão dominar as habilidades que são mais valorizadas dentro da comunidade. A própria

comunidade, no entanto, fornece fortes incentivos para a expressão criativa e participação ativa (JENKINS, 2006, meio digital)

Dessa forma, os novos telejornais dessas emissoras acabam adentrando espaços multiplataformas e vivendo experiências que fazem com que seja possível apostar em novos modelos de interação e fidelização de público.

É assim que a TV Borborema, emissora fundada por Assis Chateaubriand, que entrou no ar experimentalmente pela primeira vez no ano de 1963, sendo a primeira do Norte e Nordeste (como já citado no início deste artigo), viu a importância de viver a convergência midiática por meio do Facebook, o que afetou o telejornalismo da emissora, tanto para a criação de conteúdo direcionado, quanto para interação entre emissor e receptor diante de um novo arquétipo de audiência.

Resultante dessa mutação e reconfiguração de produção e narrativas, em uníssono com a convergência e a transmidiação que a televisão vem sofrendo, surgiu o desejo de estudar a ocorrência de tais processos nesta emissora, analisando como tal mutação afeta de forma direta a elaboração do conteúdo jornalístico.

O percurso metodológico utilizado se constituiu a partir da pesquisa exploratória que segundo Gil (apud SILVEIRA e CORDOVA, 2009, p. 35):

Este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão.

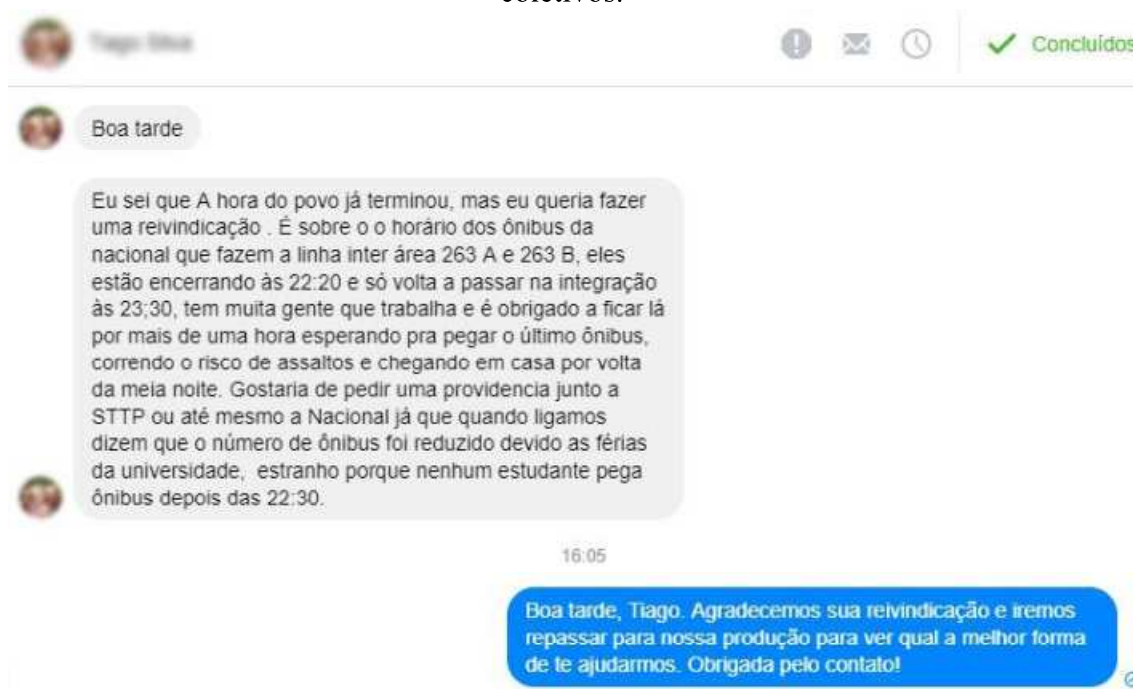
Fizemos uso de pesquisas empíricas por meio do Facebook da TV Borborema juntamente com aporte bibliográfico e entrevista. A escolha do programa e das mensagens a serem analisadas se deu pela popularidade que o programa Hora do Povo, apresentado por Kalilka Vólia, vem atingindo diante do público de Campina Grande. O programa que possui um forte cunho social, recebe centenas de mensagens diariamente por meio das redes sociais, solicitando doações, respostas por parte de autoridades a um determinado problema na cidade e reivindicações.

Para exemplificar a análise, foram escolhidas duas mensagens recebidas nas redes sociais da emissora. O motivo da escolha para tais, se deu pela clareza e definição de ambas em união com o escopo deste artigo. A primeira figura, oferece a demonstração de interação entre a mensagem recebida pelo internauta e a mediação pelo moderador das redes sociais, para que o conteúdo chegasse até a produção do programa. Já a segunda

figura, trata-se de uma mensagem recebida no Whatsapp do programa solicitando doações, o que em seguida resultou em uma reportagem que ao ser publicada no Facebook da emissora, gerou uma forte interação entre internautas. Vale salientar que, por uma questão ética, ficou decidido não identificar de quem partiu as interações. Ademais, a pesquisa exploratória também se deu por meio de entrevista presencial com Samara Fernandes, editora e produtora do programa Hora do Povo, com um roteiro de três perguntas direcionadas a questionar como tem se desenvolvido a experiência de trabalhar com outros tipos de mídia, concomitantemente ao jornalismo; a partir de que momento o programa Hora do Povo se viu influenciado pelas redes sociais; e se há um aumento de donativos a medida que a reportagem é postada no Facebook.

Segue abaixo a interação entre moderadores das redes sociais da TV Borborema com o internauta, além de um forte apelo que a emissora recebeu via Whatsapp, que logo após ter sido produzida a reportagem, tornou-se um post no Facebook e gerou um alto nível de interatividade.

Figura 1: Mensagem inbox onde o internauta reivindica que a Superintendência de Trânsito e Transportes tome providências para regularizar horários de ônibus coletivos.



Fonte: Inbox do <http://facebook.com/tvborema>

A figura acima trata-se de uma mensagem recebida no Facebook da TV Borborema no dia 26 de Julho de 2017. Na ocasião, o internauta faz uma reivindicação sobre linhas de ônibus coletivos, para seja exibida no programa Hora do Povo.

Reafirmando como as rotinas de produção podem ser mutáveis em meio a nova era tecnológica e múltiplas formas de interação do receptor com seu público.

Figura 2: Telespectadora do programa Hora do Povo entra em contato via Whatsapp fazendo apelo para que o programa possa ajudar a irmã dela que está doente e vive em uma situação precária.



Fonte: Whatsapp do programa Hora do Povo

A imagem acima remete a um apelo recebido no Whatsapp do programa Hora do Povo no dia 13 de Julho de 2017. Na mensagem, a irmã da pessoa que seria beneficiada pelas doações, envia um vídeo mostrando a situação precária que sua irmã vive, sem ter o que comer e vivendo em uma casa repleta de goteiras.

De acordo com a editora da Hora do Povo, Samara Fernandes, todos os dias o Whatsapp do programa e o Facebook recebem dezenas de mensagens de internautas e telespectadores fazendo apelos para que o programa possa realizar ajuda com donativos e reivindicações direcionadas ao poder público, como: estradas com buracos, ruas sem iluminação, violência, entre outros assuntos pertinentes a sociedade. Ou seja, confirmando o que dito anteriormente, as redes sociais tornaram-se ferramenta

indispensável para o jornalismo contemporâneo, alterando sua práxis e refazendo novas formas de fazer jornalismo.

Figura 3: A equipe da TV Borborema atendeu ao apelo feito pelo Whatsapp e produziu uma reportagem mostrando a situação de precariedade da senhora que se chama Jocélia



Fonte:

(<https://www.facebook.com/TVBorborema/videos/vb.380258815373273/1492815900784220/?type=2&theater>)

A mensagem mostrada acima que foi recebida no Whatsapp da Hora do Povo e tornou-se uma reportagem para o programa. O apelo foi publicado no Facebook gerando alto índice de comentários e compartilhamentos, além de dobrar a quantidade de doações recebidas, de acordo com a produção do programa.

Figura 4: Interação na publicação da reportagem do apelo feita no Facebook da TV Borborema



Fonte: <http://facebook.com/tvborborema>

Após publicação no Facebook, o apelo recebido pelo Whatsapp da Hora do Povo, obteve um alto número de interação, com 816 compartilhamentos, 166 mil visualizações e 237 comentários, confirmando que é possível que a convergência midiática possa existir entre meios de comunicação tradicionais e contemporâneos, transmutando parâmetros de transmissões e gerando mutações sociais.

A união entre mídia tradicional e contemporânea impõe que as empresas de comunicação tornem-se cada vez mais ubíquas, ou seja, estejam presentes em todos os ambientes e plataformas, se recriando e adotando características inerentes ao progresso tecnológico. Segundo Cannito (2010), a convergência é capaz de remodelar tudo, desde a linguagem até modelos de produção. Possibilitando que por meio dessa convergência, os conteúdos passem livremente em diferentes espaços, o que reconhece-se claramente através das mensagens analisadas neste trabalho, onde um dos exemplos surge a partir de uma mensagem no Whatsapp, tornando-se seguidamente em uma reportagem, para após isso ser publicada no Facebook e gerar interação. O que se verifica que diferentes tipos de mídias podem se cruzar, seja ela corporativa como é o caso do canal de TV, ou

alternativa como o Facebook, Whatsapp e outros tipos de redes sociais. Promovendo não só interação, mas um cruzamento de ideias e conversação que possibilita novos gêneros produtivos. (JENKINS, 2009)

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As novas tecnologias de comunicação vêm, ao longo dos anos, modificando os padrões de organização e desenvolvimento da sociedade, propiciando novas formas de sociabilidade e novos códigos de comunicação.

A televisão, consolidado meio de comunicação tradicional, enfrenta um cenário de profundo redimensionamento do seu processo produtivo, com o objetivo de acompanhar as mudanças trazidas pelo contínuo desenvolvimento da tecnologia e se inserir no contexto das mídias digitais.

Desse modo, o presente estudo procurou analisar o processo de inserção da TV Borborema ao ambiente das redes sociais, com enfoque no Facebook, a fim de perscrutar se a mencionada intercalação trouxe alterações estruturais das rotinas produtivas e alternância na produção jornalística.

Como resultado, constatou-se que os telejornais dessa emissora modificaram o conteúdo direcionado, bem como procuraram interagir com o público receptor, criando um novo arquétipo de audiência, demonstrando que a busca pela adequação a novos modelos de interação é um caminho para a sobrevivência no mercado, bem como para fidelização do público.

Percebeu-se, ainda, que a rede social Facebook propiciou uma maior proximidade com o público, rompendo alteridades que antes existiam entre os responsáveis pela produção da notícia e os telespectadores e promovendo uma verdadeira cultura participativa.

Por fim, conclui-se que as redes sociais tornaram-se essenciais para os canais de comunicação, convertendo-se em um eficiente e indispensável subsídio, fazendo-se decisória para produtores e receptores do produto midiático e demonstrando que a conexão entre as novas plataformas digitais e os veículos tradicionais de informação é viável e frutífero.

ABSTRACT

The need for ubiquity for journalism and the new *modus operandi* of the profession, impelled the improvement and the joining of numerous techniques in a single professional, enabling the act of building and distributing news to occur in a way plural, thus facilitating life within the essays, in addition to influencing customs inherent in those practices, as technological progress and all its directly into the productive routines. In this way, the convergence of the media comes demarcating its territory and demonstrating its importance, in particular, for the telejournalism. In order to penetrate these mediatic processes, it is necessary to on the so-called convergence in the media and how the participatory culture comes using this way to enter spaces that until then were restricted only to journalists. For this, this article aims to analyze how social networks, specifically Facebook, has offered visibility and interaction, as well as influencing directly the construction of the news within the journalistic environment of TV Borborema, demonstrating how the routines of communication professionals were altered along with new assignments for the area. On-screen work is a exploratory research, with the use of bibliographical research, insertion within the broadcaster and structured interview with those involved in the convergence process on TV. Through this analysis, it was possible to verify how the use of social networks has been redefining the construction of what is broadcast on Borborema TV, influencing from the production internal staff to the external reporting team.

KEY WORDS

Telejournalism. Convergence. Transmídia. Facebook.

REFERÊNCIAS

BAREFOOT, Darren. SZABO, Julie. **Manual de Marketing em Mídias Sociais**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

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

CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5 – a televisão na era digital**. São Paulo – SP: [s.n], 2009.

COSTA, Marcela. **A TV transmídia e a emergência de uma nova audiência**. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1246-1.pdf>>. Acesso em 14 de Setembro de 2017.

COSTA, Marcela. **AUDIÊNCIA TRANSMÍDIA: uma proposta de conceituação a partir das telenovelas da Rede Globo**. Disponível em <<http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/17437?show=full>>. Acesso em 10 de Outubro de 2017.

FECHINE, Yvana. A Programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: Configurações que Emergem dos Reality Shows. In: FREIRE FILHO, João (org). **A TV em Transição**. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 139-170.

FECHINE, Yvana; GOUVEIA, Diego; ALMEIDA, Cecilia; COSTA, Marcela; ESTEVÃO, Flávia. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Estratégias de Transmídiação na Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 19-60.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKIS, Henry. **Confronting the Challenges of Participatory Culture**, 2006.
Disponível em
<http://henryjenkins.org/2006/10/confronting_the_challenges_of.html#sthash.Z3zuFS3V.pdf>. Acesso em 10 de Setembro de 2017.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MAIOR, Gilson Souto. **História da televisão na Paraíba**. João Pessoa: A União, 2017.

MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Ianamá, 2000.

NOGUEIRA, Josicleido Ribeiro. **O que são as Redes Sociais?** Disponível em
<<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/o-que-saoredessociais/45628/#>>. Acesso em 05 de Dezembro de 2017.

PEREIRA, Ana Maria de Sousa. **Telejornalismo, interação e redes sociais: convergência na TV Cabo Branco e TV Paraíba**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas Audiovisuais) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas, Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, 2014.

RECUERO, Raquel **A conversação em rede. Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre, Ed. Sulina, 2012.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. *In* GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão; tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Bomtempo Editorial, 2016.