

A influência dos processos de midiatização no telejornalismo esportivo¹

Raul Augusto RAMALHO²
Ana Maria de Sousa PEREIRA³
Luiz Custódio da SILVA⁴

Resumo

Uma característica marcante dos tempos atuais é o processo de midiatização, fortemente proporcionado pelo avanço tecnológico. Em linhas gerais, a midiatização pode ser definida como um processo que faz com que as pessoas, através dos meios tecnoinformacionais, possam compartilhar e/ou comunicar tudo que lhes for pertinente. E mais, propicia um acesso quase que infinito ao universo informacional. O jornalismo é um dos campos mais impactados por esse processo de midiatização. Dentro desse contexto, o presente artigo tem a finalidade de traçar um panorama do telejornalismo esportivo na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba, Nordeste do Brasil, no aspecto relacionado à influência da midiatização na produção dos programas e no conteúdo final dos mesmos. O objetivo é analisar os seguintes programas: Globo esporte, da TV Paraíba, afiliada da TV Globo; Itararé Esportes, da TV Itararé, afiliada da TV Cultura; e Superesportes, da TV Borborema, afiliada do SBT. Destacando que este é um estudo preliminar, pois para um entendimento maior é necessária uma análise mais profunda nos modos de produção dos programas e/ou um estudo de recepção na audiência, nota-se que o diálogo com os meios interacionais, principalmente as redes sociais, nos citados programas é marcante. A um primeiro olhar, o processo de midiatização influencia na relação com o público, na definição do que vai ao ar e na formatação das notícias e reportagens exibidas.

Palavras-chave: Midiatização. Telejornalismo esportivo. Meios interacionais.

Introdução

O processo de intensificação da globalização em que vivemos, onde, pelo menos teoricamente, não existem mais fronteiras nos costumes e na comunicação mundial,

¹ Trabalho apresentado no eixo 5 – Cultura digital, convergência e crise, no VIII Congresso Internacional da Ulepicc.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Mídia, Acessibilidade e Cidadania – GJAC / PPJ / UFPB. Email: raulramalhojornalista@gmail.com

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB e integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - GMID / PPGC / UFPB. Email: anasousajornalista@hotmail.com

⁴ Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Email: custodiocjp@hotmail.com

trouxe consequências para todas as áreas da sociedade. Mas, por outro lado, a globalização criou uma resistência a essa imposição de culturas. Cabral (2008, p. 91) diz que terminou acontecendo um fortalecimento do local em oposição ao global: “A globalização acentuada nos últimos anos, possibilitou, além da quebra de barreiras, o apego das pessoas às suas raízes. [...] a busca do local se tornou uma necessidade criada pelo global”.

E é na mídia que as teias da globalização materializam-se mais fortemente, como explica Barbero (2003). Dentro desse contexto, as comunicações exercem papel fundamental, tanto na globalização quanto no fortalecimento dos sentimentos locais, contribuindo para a fixação da identidade de um povo (TEIXEIRA, 1999 apud CABRAL, 2008).

Essa globalização foi, em muito, possibilitada pelo avanço dos meios e processos tecnológicos que, por sua vez, segundo Nicolau (2012) apoiado em estudos de Sodré (2009), tiveram influência decisiva em outra característica marcante dos nossos tempos: a midiaticização. Esse processo, que tem modificado as relações dentro da vida humana, tem sido discutido intensamente. Fausto Neto (2011) diz que duas hipóteses explicariam o fenômeno: a primeira apontaria para o fato de que a midiaticização possibilita a todos ter o poder de comunicar, manifestar uma opinião e publicitar uma informação; a segunda indica uma força maior do campo das mídias, que definiria os modos de relações nessa cultura digital dos dias atuais e comporia o *Bios Midiático*, forma de vida preponderante, na visão de Sodré (2009).

Levando em consideração que a midiaticização atinge diretamente o modo de produção jornalística (FAUSTO NETO, 2011), abalando o status de mediador dos acontecimentos, antes detido pelos jornalistas e pelas empresas jornalísticas (CARVALHO; LAGE, 2012); observando essa tensão global x local; e reconhecendo as novas possibilidades comunicacionais proporcionadas pelas novas tecnologias; se tornou necessário entender como os jornalistas e as empresas jornalísticas regionais absorvem esses impactos.

Nessa perspectiva, observando os diversos estudos que abordam as questões de midiaticização e os processos de produção e noticiabilidade, decidimos pesquisar os impactos dessas novas definições na prática jornalística dentro dos três programas esportivos produzidos e transmitidos na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba, no Nordeste do Brasil. São eles: Globo Esporte, da TV Paraíba, afiliada da

TV Globo; Itararé Esportes, da TV Itararé, afiliada da TV Cultura; e Superesportes, da TV Borborema, afiliada do SBT.

Outro motivo levado em conta para a concepção desse estudo é a aceitação, no meio acadêmico e jornalístico, numa visão defendida por Temer (2012), de que o jornalismo esportivo seria uma editoria “menos séria” ou menos importante. É necessário contribuir com estudos nessa área para que se tenha mais referência sobre o assunto, uma vez que este atinge, social e economicamente, uma gama significativa da sociedade.

Admitindo, portanto, o impacto das novas tecnologias, as quais se renovam (e tornam-se obsoletas) continuamente, nos meios de comunicação e na rotina jornalística, além de considerar o contexto social dos jornalistas, procura-se, nesse estudo, analisar o processo de produção de notícias (da área de esportes), no que se refere à influência da midiaticização e das facilidades trazidas pelas novas tecnologias (internet, redes sociais, equipamentos mais ágeis e modernos, etc.).

Cabe destacar que este artigo é um estudo preliminar que vai integrar uma pesquisa a ser feita em nível de mestrado a qual vai analisar como o telejornalismo esportivo está realizando a cobertura de assuntos relacionados a segmentos comunitários.

Discutindo Conceitos e Definindo Perspectivas

Para a concepção deste estudo, bem como para o seu melhor entendimento, iremos discutir a relação entre várias temáticas e o seu impacto na sociedade. Os temas a serem trabalhados com mais ênfase serão: televisão regional, midiaticização, esporte, novas tecnologias da comunicação, espetáculo e entretenimento.

Sobre televisão regional é importante destacar que não há um conceito fechado, como afirma Sousa (2006). Este autor, por exemplo, define esse meio como um “[...] empreendimento instalado numa determinada área, com alcance limitado por lei e por recursos técnicos, quase sempre subordinado a uma grande rede e com alguma autonomia na grade de programação” (SOUSA, 2006, p. 105).

Já Bazi (2007, p. 80) considera que televisão regional é:

[...] aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região, delimitada geograficamente, e que tenha sua programação voltada para essa mesma região, sem perder a contextualização do global. A televisão regional possibilita unir as pessoas dessas áreas, diminuindo as distâncias e aproximando culturas; retrata uma espécie de ecumenismo.

Dentro dessa perspectiva, destaca-se que, mesmo com as imposições globais, as pessoas desejam saber o que acontece perto de si (SILVA; ALMEIDA, 2010) e que a comunidade em geral possui saberes que precisam ser conhecidos e considerados nos processos de produção jornalística (SOUSA, 2006).

De acordo com Silva e Almeida (2010), embora as emissoras, na sua maioria, se preocupem apenas com fatores comerciais e financeiros, a relação televisão regional / comunidades é bastante íntima. Pereira e Silva (2002), por exemplo, consideram que as emissoras nacionais, inclusive, têm como estratégia comercial regionalizar suas transmissões.

Essa relação se torna mais forte quando levamos em conta o avanço das tecnologias (da comunicação ou não) e os processos de midiatização. Segundo Nicolau (2012, p.2):

para além da intrínseca necessidade de comunicação e socialização do ser humano, tem se instaurado nas pessoas, no contexto da cibercultura, o desejo latente de participação cultural pelo compartilhamento de ideias e opiniões através de tecnomediações.

Embora esta afirmação se dê em um artigo sobre as redes sociais, é perfeitamente plausível que tal desejo se estenda, e seja potencializado, pelo (ainda existente) *glamour* da televisão. O autor identifica, no próprio ser humano, a centelha original dos processos de midiatização:

Voltando ao princípio de que o fator humanológico tem como base as vontades humanas mais intrínsecas de usar os aparatos tecnológicos para relacionamento, participação, opinião, compartilhamento, é de se compreender que este se articula com o fator tecnológico e entra em conflito com o fator mercadológico, estabelecendo uma negociação constante (NICOLAU, 2012, p. 5).

Na discussão proposta, se pergunta como os jornalistas esportivos campinenses, nos programas e emissoras já citados, absorvem essa avalanche de mudanças tecnológicas (e de comportamento) e como isso afeta os critérios de noticiabilidade e as

suas rotinas de produção. Fausto Neto explica as mudanças claras nas rotinas jornalísticas devido a essa tendência imposta pelo *Bios* Midiático, colocado por Sodré (2009) como a vida qualificada segundo a lógica da mídia:

[...] hoje a atividade jornalística é aquela no campo das mídias que mais tem sido afetada por insumos deste novo “*bios* midiático”. Sua estrutura, ambiência, narratividade, a autorialidade de sua narrativa, a identidade dos seus atores e, principalmente, o seu papel mediacional, são submetidas a novas processualidades dinamizadas por novas condições de circulação dos discursos (FAUSTO NETO, 2011, p. 25).

Há também uma dependência estrutural, por parte dos meios de comunicação, das tecnologias e redes digitais:

Programas radiofônicos e televisivos e produtos da indústria bibliográfica, cinematográfica e musical sobrevivem agora, ostensivamente, pelo écran do objeto infotecnológico [...]. A produção do noticiário – em seja qual aspecto for, desde a mera captação da informação à sofisticação virtual da apresentação – se alimenta diuturnamente dos fluxos do cyberspace. O processo compreende a totalidade do ciclo social da comunicação: recepção, tratamento, armazenamento e retransmissão da informação (TRIVINHO, 2007 apud CARVALHO; LAGE, 2012, p.249).

Outro fator discutido é a participação do público nas definições dos assuntos a serem veiculados. Tal participação é propiciada pelo avanço da tecnologia e pela própria intenção das pessoas em compartilharem os acontecimentos que lhes dizem respeito. Como exemplo, podemos citar uma postagem nas redes sociais, que pode virar uma pauta e consequente matéria / reportagem dentro de uma redação jornalística.

(Tele)Jornalismo esportivo, entretenimento e espetáculo

Passamos agora a discutir como o jornalismo esportivo é entendido no campo prático/acadêmico. Segundo Bueno (2005 apud TEMER, 2012, p. 286), “Embora represente um espaço privilegiado em nossa mídia (a cobertura esportiva) não se caracteriza pela excelência profissional, nem se projeta como uma experiência madura do fazer jornalístico”.

No entanto, ainda de acordo com o mesmo autor, “[...] o jornalismo esportivo representa uma escola no jornalismo brasileiro, inovadora no que diz respeito à

linguagem e na busca de uma comunicação efetiva com a audiência” (BUENO, 2005 apud TEMER, 2012, p. 286).

Temer (2012) explica ainda que o gênero jornalismo esportivo tem um potencial tremendo para atingir as massas e por isso possui uma forma diferenciada de ser apresentado. Essa forma é materializada através da cobertura esportiva feita com características espetaculares e de entretenimento. Assim, a linguagem é coloquial ao extremo, os esportistas são tratados como celebridades e suas vidas particulares são exploradas, ao máximo, para atizar a curiosidade e a fantasia do público. Tudo isso para garantir os altos lucros que o esporte proporciona a diversos tipos de empresas e empresários e aos meios de comunicação. Em consequência, os programas esportivos fazem publicidade misturada com a veiculação de supostas notícias e é deixada de lado a função cidadã do esporte, que é um importante instrumento de educação e saúde, se bem colocado na vida das pessoas.

Toda essa concepção de espetacularização do jornalismo esportivo se coaduna com o pensamento de Debord, para quem o espetáculo já está intimamente fundido com a sociedade em si e é uma das formas de garantir o modo capitalista de produzir lucro:

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o *modelo* presente da vida socialmente dominante. (DEBORD, 2003, p.9).

Colocada em discussão a temática do telejornalismo esportivo, sob diversos aspectos, fica exposta a necessidade de entender quais as características desse gênero no âmbito local e quais os processos de mudança em andamento nas redações.

Análise prático-teórica dos programas

Antes de descrever a análise feita dos objetos propostos é necessário explicar alguns aspectos da pequena pesquisa de campo feita para dar cabo a este estudo. Foram analisados cinco programas de cada emissora, em um período de uma semana (de 15 a 21 de maio de 2013, excetuando-se os dias 18 e 19 – sábado e domingo). Procuramos fazer uma análise única, sem nos prendermos a aspectos quantitativos - embora a

pesquisa quali-quantitativa seja perfeitamente possível (LAVILLE; DIONNE, 1999) – pois, o objetivo principal é verificar, de uma forma inicial, como as redações estão sendo afetadas pelas mudanças tecnológicas e pelos processos de midiatização.

Para compreendermos melhor o processo de mudança pelo qual os jornalistas e o conteúdo dos programas estão passando, dentro das rotinas de produção, realizamos entrevistas com os editores dos programas, já que estes são os responsáveis pelos conteúdos dos mesmos. As entrevistas foram feitas nas redações, onde foram observados os recursos utilizados na rotina de produção e circulação de conteúdos e a estrutura organizacional onde os jornalistas estão inseridos.

Cabe explicar agora, em linhas gerais, os formatos de cada programa. O programa Itararé Esportes é exibido, de segunda a sexta-feira, às 19 horas, na TV Itararé, emissora afiliada da TV Cultura, na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba, na região Nordeste do Brasil. O programa não tem um tempo certo de exibição, variando de 20 a 50 minutos, sem contar com o tempo dos intervalos. O Itararé Esportes também não tem número certo de blocos. No período de análise, o programa foi dividido em dois ou três blocos.

Já o Globo Esporte é exibido de segunda a sábado, perto das 12h45min, na TV Paraíba, emissora afiliada da TV Globo, na mesma cidade do programa anterior. O programa tem um bloco, e o tempo de exibição, no período de análise, variou de nove a doze minutos.

Por fim, temos os Superesportes, da TV Borborema, uma emissora afiliada do SBT, situada no mesmo local das outras emissoras. O programa entra no ar ao meio-dia e é exibido durante 25 minutos, tirando o tempo dos intervalos, sendo dividido em dois blocos.

Vamos então aos resultados. Procuramos fazer uma análise única sempre relacionando os apontamentos com as informações repassadas pelos editores dos mesmos. A intenção é verificar – dentro dos limites deste artigo - como (ou se) as aceções dos profissionais chegam à prática. Começamos com uma afirmação para balizar o leitor acerca da noção que os profissionais têm sobre a influência das novas tecnologias e por consequência do processo de midiatização: a internet é imprescindível na produção dos programas esportivos. Essa frase, com algumas variações, foi citada pelos três editores dos programas, Gustavo Rovaris (Itararé Esportes), Mário Aguiar (Globo Esporte) e Fábio Nunes (Superesportes). Segundo os editores, que também

acumulam a função de produtores dos programas e, no caso de Rovaris e Aguiar, também de repórteres, o meio informacional, sempre aperfeiçoado pelo avanço das novas tecnologias, oferece novas possibilidades e são fundamentais na formatação do programa. De acordo com os jornalistas, o número de fontes, bem como o acesso às informações aumentou vertiginosamente, o que obviamente facilita imensamente o trabalho deles.

Dentro dessa perspectiva é necessário pontuar alguns conceitos que se fazem pertinentes. O primeiro deles é a relação dos jornalistas com as fontes. De acordo com Alsina (2009, p. 163), “o elo acontecimento-fonte-notícia é básico para a construção a realidade jornalística”. Na mesma linha de pensamento, Wolf (1999, p. 222) diz que “as fontes são factor determinante para a qualidade da informação produzida pelos mass media”.

O acesso a sites jornalísticos, bem como aos sites de redes sociais, foram bastante citados como influentes (mas não determinantes) no processo de produção dos programas. Dentro desse contexto vamos fazer alguns apontamentos com relação às redes sociais, que para os editores, se constituem em um espaço importante de consulta no que se refere à aquisição de informações e contato com o público.

De início é importante que definamos esses espaços tão salientes no mundo atual, e que se constituem, aos olhos das pessoas em geral, a materialização mais forte dos processos de midiaticização (embora pouca gente fora do âmbito acadêmico saiba o que o termo significa). Recuero (2009, p. 2-3) explica que:

Redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas. Podem ser constituídas, por exemplo, de um perfil no Orkut, um weblog ou mesmo um fotolog. As conexões, por outro lado, são os elementos que vão criar a estrutura na qual as representações formam as redes sociais. Essas conexões, na mediação da Internet, podem ser de tipos variados, construídas pelos atores através da interação, mas mantidas pelos sistemas online. Por conta disso, essas redes são estruturas diferenciadas. Ora, é apenas por conta desta mediação específica que é possível a um ator ter, por exemplo, centenas ou, até mesmo, milhares de conexões, que são mantidas apenas com o auxílio das ferramentas técnicas. Assim, redes sociais na Internet podem ser muito maiores e mais amplas que as redes offline, com um potencial de informação que está presente nessas conexões. [...] As redes sociais também devem ser diferenciadas dos sites que as suportam. Enquanto a rede social é uma

metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas. Os sites que suportam redes sociais são conhecidos como “sites de redes sociais”.

Ainda de acordo com Recuero (2009) as redes sociais podem complementar a prática jornalística, atuar como fontes e nesses espaços “é possível encontrar especialistas que podem auxiliar na construção de pautas, bem como informações em primeira mão” (p. 8).

Na prática, os editores confirmam essa influência das redes sociais, mas colocam como ponto negativo a avalanche de informações disponibilizada e a falta de credibilidade das informações. Sobre essa questão, Recuero (2009, p. 12) diz que “as informações difundidas pelas redes sociais não precisam, necessariamente, ter um valor-notícia ou um compromisso social, como teoricamente, as jornalísticas (ou aquelas produzidas pelos veículos) precisam”.

Já os profissionais entrevistados, bastantes desconfiados com relação ao que vem das redes sociais e até mesmo dos sites jornalísticos de esportes, acreditam na função de mediador crítico que os jornalistas possuem nesses tempos de intenso fluxo informacional na internet. Segundo os editores, toda informação vinda da internet, seja através das redes sociais ou dos sites, são apuradas com outras fontes em outros espaços.

Fica claro, assim, que os editores se preocupam com a qualidade da informação que vai ao ar. Isso nos leva à outra questão: o furo jornalístico. Para os profissionais entrevistados, esse furo, que outrora era o charme da profissão, não tem mais tanta importância, pelo menos não na televisão, já que é impossível competir com a instantaneidade da internet e até mesmo do rádio. Os três concordam que como os programas são exibidos uma vez por dia, o melhor é contextualizar as informações e procurar formas criativas de divulgá-las. De acordo com os jornalistas entrevistados, o furo nunca será priorizado com relação à certeza da veracidade da informação.

Para finalizar essa discussão sobre as fontes, nessa era de midiatização, é interessante destacar, numa acepção de Belarmino (2011) e Nunes (2011), a força de contra – agendamento, oriunda do ciberespaço, termo que segundo Levy (1999, p.17) significa:

[...] o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica, não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.

Essas afirmações corroboram com o pensamento dos editores no que diz respeito a ser impossível ficar alheio ao que acontece na internet, principalmente nas redes sociais.

Tal situação começa a mudar a lógica da relação jornalista-fonte. Gans (apud WOLF, 1979, p. 222) defende que:

Aqueles que detêm o poder econômico ou político podem, facilmente, ter acesso aos jornalistas e são acessíveis a estes; aqueles que não têm qualquer poder, mais dificilmente se transformam em fontes e não são procurados pelos jornalistas até as suas ações produzirem efeitos noticiáveis enquanto moral ou socialmente negativos.

Apesar de esse poder das fontes ditas oficiais ainda ser uma realidade (e confirmada pelos jornalistas entrevistados), nota-se que cada vez mais, pessoas ditas comuns, podem servir como fontes para os jornalistas.

Passemos agora a traçar algumas linhas referentes a manifestações do processo de midiatização e à influência tecnológica na exibição dos programas. Como um todo, notou-se, no período analisado, que os programas mantêm padrões convencionais de telejornalismo, embora sejam muito diferentes uns dos outros. Apesar de os editores destacarem a importância da internet (principalmente das redes sociais) no processo de produção dos programas, no ar essa força parece não estar tão presente. Dos três programas, apenas os Superesportes abre espaços para que os internautas mandem mensagens através do *twitter*, sendo que essas mensagens são lidas ao vivo, durante o programa. O apresentador faz a seleção do que deve ser lido ou não, pois como o programa basicamente trata dos dois principais times de futebol da cidade, o sentimento de rivalidade é muito exacerbado e pode haver ofensas através dessa rede social. Nos outros dois programas (Itararé esportes e Globo Esporte), os apresentadores chegam a citar os nomes dos telespectadores e mandar recados, mas não explicitam de onde vêm tais mensagens.

No que tange a relação com o ambiente tecnoinformacional, os programas expõem diversos elementos que guardam proximidade com as cores e formas da internet. Artes, vinhetas, linguagem coloquial (embora esses elementos tenham sido cada vez mais buscados pelo telejornalismo) – principalmente no Itararé Esportes e Globo Esporte - nos colocam em uma atmosfera de intimidade com a ambiência da *web*. Dentro desse contexto, Nunes (2011, p. 49) defende que “as formas de jornalismo que estão fora da rede praticadas principalmente na esfera do rádio, da televisão e mídias impressas, se contaminam de forma salutar, ao incorporar características ou elementos sógnicos provenientes da dinâmica digital”.

Devemos enfatizar também as facilidades trazidas pela tecnologia dentro das rotinas de produção. Nesse sentido, imagens da internet, reportagens vindas de outras emissoras e os equipamentos mais eficientes fazem com que a produção dos programas seja mais rápida, além de ser possível abordar diversos assuntos com imagens (o que chama mais atenção do público). Assuntos esses que antes não poderiam ser tratados de tal forma.

Por fim, cabe relatar que o programa Itararé Esportes disponibiliza as reportagens e entrevistas exibidas, no seu canal do *youtube*. Além disso, os *links* são distribuídos nas redes sociais, onde o público pode interagir com o conteúdo. Esse tipo de convergência constitui uma narrativa crossmídia, na qual o telespectador é guiado de um meio para outro para ter acesso a determinado conteúdo (SOARES; MARTINS, 2011). Já o Globo Esporte disponibiliza no site do grupo ao qual pertence, o G1, o programa na íntegra. Mas no período analisado, para acessar esse conteúdo era necessário fazer uma assinatura. Necessário registrar que o Globo Esporte não divulga os canais de relação nas redes sociais. Em consequência, como não há direcionamento do telespectador para outra mídia, não se pode falar em narrativa crossmídia. Apenas o Superesportes não possui canal de distribuição de conteúdo além do programa, apesar de divulgar o *twitter* e o e-mail do programa para que os telespectadores entrem em contato.

Considerações finais

Podemos dizer que a rotina de produção dos três programas esportivos produzidos e exibidos em Campina Grande - Paraíba (Itararé Esportes, Superesportes e

Globo Esporte) - é profundamente influenciada pelo avanço tecnológico e pelos processos de midiatização. O contato com o público se tornou bem mais forte com o advento da internet (primeiro veio o e-mail e depois, com muito mais força, as redes sociais).

Embora essa influência, que faz com que os profissionais nas redações tenham contato com fontes e assuntos, antes mais difíceis de serem conhecidos, se dê basicamente na rotina de produção e pouco na exibição, nota-se que os programas estão em um caminho sem volta no que diz respeito a uma absorção cada vez maior de aspectos do ciberespaço. Os próprios jornalistas entrevistados admitem isso. Dos três editores, apenas o do Superesportes trabalhou em uma época sem internet. O profissional confirmou que as mudanças só fizeram facilitar seu trabalho, mesmo que essa relação próxima com as fontes torne a labuta mais complexa, já que é necessário lidar com uma infinidade bem maior de anseios e perspectivas.

Chegamos também à compreensão de que os jornalistas, apesar de celebrarem as facilidades dos novos meios informacionais, não se entregam de “corpo e alma” a esses ambientes. Para os profissionais, todo conteúdo deve ser criteriosamente analisado para se chegar a uma decisão do que vai ser exibido ou não.

As considerações trazidas por esse artigo nos abrem diversos horizontes que devem ser explorados em trabalhos futuros. Por exemplo, pode-se fazer uma pesquisa etnográfica onde seja acompanhada, mais de perto e por mais tempo, a rotina de produção dos programas para que se conheça a forma com que os outros profissionais lidem com essas novas ambiências e possibilidades. Também é possível realizar pesquisas para apurar se as novas tecnologias e os processos de midiatização estão contribuindo de alguma forma, admitindo-se a influência de outros fatores, para uma diversificação do conteúdo. Quais seriam as novas temáticas abordadas?

Pode-se fazer também uma pesquisa quali-quantitativa para que se entenda qual o grau de agendamento entre o que é sugerido como pauta através da internet e o que é coberto pelos jornalistas.

Um estudo de recepção com um grupo de telespectadores ajudaria a compreender como o público absorve as mudanças e vê a relação com os jornalistas que fazem os programas. As pessoas notam alguma diferença? Se sentem compelidas a interagir com os programas? Preferem acompanhar os fatos pela internet ao invés de esperar pelos programas que entra no ar uma vez por dia?

Enfim, enquanto aumentam as perspectivas proporcionadas pelas novas tecnologias, e em consequência pela midiaticização, mais questões ficam no ar esperando para serem exploradas.

Referências

- ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BARBERO, J. M. Globalização Comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, D. (Org.), **Por uma outra comunicação**, Rio de Janeiro: Record, 2003, pp. 57- 86.
- BAZI, R. E. R.. Dilemas e perspectivas da televisão regional. In: FADUL, A.; GOBBI, M.C. (Orgs.), **Mídia e região na era digital**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006, pp. 77 – 90.
- BELARMINO, J. Agendamento e contra – agendamento no jornalismo: a rede social twitter e o ciberativismo das pessoas com deficiência. In: FAUSTO NETO, A.; FERNANDES, J. D. C. (Orgs). **Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011, pp.101-120.
- CABRAL, E. D. T. Regionalização da mídia televisiva brasileira. In: FADUL, A.; GOBBI, M.C. (Orgs), **Mídia e região na era digital**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006, pp. 91 – 104.
- CARVALHO, C. A.; LAGE, L. Midiaticização e reflexividade das mediações jornalísticas. In: JANOTTI Jr., J.; MATTOS, M. Â; JACKS, N. (Orgs). **Mediação e midiaticização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012, pp. 245 – 270.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. 2003. Disponível em: <www.geocities.com/projetoperiferia> Acesso em: 14 de Junho de 2010.
- FAUSTO NETO, A. Transformações do jornalismo na sociedade em vias de midiaticização. In: In: FAUSTO NETO, A.; FERNANDES, J. D. C. (Orgs). **Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011, pp. 14-34.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia em ciências humanas**. Porto alegre, Belo Horizonte: Editora UFMG,1999.
- LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: ed. 34, 1999.
- NICOLAU, M. “Menos Luiza que está no Canadá” e o fator humanológico da **mediaticização**. Culturas Midiáticas. João Pessoa. Ano V (08), 2012. Disponível em: <<http://www.cchla.ufpb.br/ppgc/smartgc/uploads/arquivos/907aad9df920120611090301.pdf>> Acesso em: Extraído em 05 de janeiro de 2013.
- NUNES, P. Estéticas fluídas e reconfigurações interativas em ambientes jornalísticos digitais. In: FAUSTO NETO, A.; FERNANDES, J. D. C. (Orgs.), **Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011, pp. 35-56.
- RECUERO, R. Redes Sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In: SOSTER, D. A; FIRMINO, F. (Orgs.), **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2008, pp. 1-269.

SILVA, L. C.; PEREIRA, W. **Jornal comunitário - recepção e leitura crítica da comunicação**. I Congresso Brasileiro de Extensão Universitária, João Pessoa-PB, 2002. **Anais Eletrônicos**. Disponível em:

<http://www.prac.ufpb.br/anais/Icbeu_anais/anais/comunicacao/jornalcomunitario.pdf> Acesso em: 29 de setembro de 2012.

SILVA, L. C.; ALMEIDA, T. D. R. **O papel da rádio comunitária na formação das identidades culturais na juventude**. 2010. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010, Campina Grande, PB. **Anais Eletrônicos**. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0902-1.pdf>> Acesso em 30 de setembro de 2012.

SOARES, T.; MARTINS, A. Entre convergências de meios e de conteúdos: apontamentos sobre os conceitos de crossmídia e transmídia no webjornalismo. In: FAUSTO NETO, A.; FERNANDES, J. D. C. (Orgs.). **Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011, pp.151-168.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUSA, C. M. A notícia, o público e a televisão regional. In: _____ (Org.), **Televisão regional**. Globalização e cidadania. Rio de Janeiro: Sótese, 2006, pp.105-128.

TEMER, A. C. R. P. “O time está dando o melhor de si” – Aspectos do esporte na programação da televisão brasileira. In: MORAES, O. J.; MARQUES, J. C. (Orgs), **Esporte na idade mídia: diversão, informação e educação**. São Paulo: Intercom, 2012, pp. 285 – 312.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.