

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo¹

The reconfiguration of social practices on television: Reflections on contemporary regional television journalism

Francisco das Chagas SALES JÚNIOR²
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil

Resumo

Este trabalho buscou refletir sobre o telejornalismo regional, a partir da identificação e discussão teórica das novas práticas sociais da televisão brasileira e o comportamento das audiências na contemporaneidade. Para isso, realizou uma pesquisa bibliográfica e análises sobre a temática central, recorrendo às contribuições de autores como Becker (2016), Cajazeira (2015), Alves (2022), Shirky (2011), Mesquita (2014), entre outros. Este estudo se justifica pela necessidade de compreender fenômenos midiáticos que têm impactos em nossa sociedade e contribuir com as discussões sobre a reconfiguração do ecossistema televisivo. Com isso, foi possível compreender as mudanças ocorridas nos últimos anos e tentar projetar os caminhos que a TV poderá seguir daqui para frente.

Palavras-chave

Televisão regional; Telejornalismo; Práticas sociais; Audiências ativas; TV Social.

Abstract

This work sought to reflect on regional television journalism, based on the identification and theoretical discussion of the new social practices of Brazilian television and the behavior of audiences in contemporary times. To this end, we carried out bibliographical research and analyzes on the central theme, using contributions from authors such as Becker (2016), Cajazeira (2015), Alves (2022), Shirky (2011), Mesquita (2014), among others. This study is justified by the need to understand media phenomena that have impacts on our society and contribute to discussions about the reconfiguration of the television ecosystem. With this, it was possible to understand the changes that have occurred in recent years and try to project the paths that TV could follow from now on.

Keywords

Regional television; Television journalism; Social practices; Active audiences; Social TV.

RECEBIDO EM 1º DE JULHO DE 2024
ACEITO EM 17 DE JULHO DE 2024

¹ Este artigo é um recorte de uma pesquisa de doutorado realizada pelo autor.

² Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: jornalistafranciscojunior@gmail.com.



Introdução

No atual ecossistema midiático brasileiro, caracterizado pela convergência da televisão com as mídias digitais, se verifica a implementação de práticas sociais no telejornalismo, de uma forma diferente das que eram identificadas no período de hegemonia do sistema de comunicação de massa. Graças a reconfiguração dos elementos televisivos tradicionais e ao surgimento de novos meios, a TV se renovou e passou a atuar em novos ambientes midiáticos, com alterações significativas na maneira de produzir os programas, com a presença de novos dispositivos, com formas variadas de distribuição e com interação constante e instantânea com os telespectadores (Becker, 2016).

Para Alves (2022, p. 17), “o desenvolvimento das redes telemáticas, a digitalização das mídias, o aparecimento de novos dispositivos, das ferramentas *on-line* e redes sociais permitiram uma conexão mais facilitada”. A autora complementa esse pensamento ao afirmar que essa troca de informações instantâneas em tempo real possibilitou ainda que novas formas de organização fossem possíveis, proporcionando engajamento do público e estabelecendo novos contornos nas relações sociais. Tudo isso num cenário contemporâneo marcado pela cultura digital.

Nesse sentido, Becker (2016) também aponta que essas mudanças no ambiente midiático comprovaram que o modelo de meio centralizado, de massa e unidirecional agora convive com uma combinação de práticas de produção e de interpretação de textualidades audiovisuais variadas. O que não significa o fim da televisão, mas uma transformação de características tecnológicas, de linguagem e de mediação. Com isso, as emissoras de TV, principalmente as de alcance local e regional, passam a explorar “novas formas de interação com o público, ampliando as entradas

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

ao vivo, investindo em formatos de conversações mais flexíveis entre âncoras, repórteres e audiências e numa linguagem cada vez mais coloquial, combinando informação com entretenimento” (Becker, 2016, p. 14).

Diante dessa reconfiguração na mídia contemporânea, também é possível verificar mudanças no comportamento das audiências do telejornalismo. Shirky (2011) destaca que na atualidade as pessoas gostam de consumir conteúdo televisivo, mas também desejam produzir e compartilhar. Até pouco tempo, a mídia tradicional premiava apenas a demanda relacionada ao consumo. No entanto, diante das transformações ocasionadas pelo surgimento das mídias digitais, o autor identifica que houve uma mudança na lógica antiga da televisão, uma vez que ela “tratava os espectadores como pouco mais que coleções de indivíduos. Seus membros não agregavam qualquer valor real uns aos outros” (Shirky, 2011, p. 41). No entanto, ainda segundo o autor, a lógica utilizada pela mídia digital também permite a construção de um valor real uns aos outros. Nessa perspectiva estabelecida pela mídia digital, as pessoas, que antes eram conhecidas apenas como espectadoras, passam a agregar valor umas às outras, em diversos momentos do cotidiano midiático.

Com isso, verificamos que as mudanças que observamos com maior intensidade na atualidade tiveram início com o desenvolvimento e popularização da internet no Brasil. Algo que se intensificou com a chegada da TV digital no país. Para Cruz (2008), a digitalização do sinal das emissoras representou o maior salto tecnológico vivenciado pelo veículo e ampliou as possibilidades de difusão do conteúdo. “Trata-se da maior transformação já enfrentada pelo meio de comunicação mais popular do país. A digitalização traz a TV para o mundo da convergência, em que toda informação é transportada por qualquer tipo de rede” (Cruz, 2008, p. 15).

Nesse contexto das mudanças observadas nos últimos anos pela televisão, este trabalho buscou refletir sobre as transformações vivenciadas

Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

pelo telejornalismo regional. Para isso, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre a temática, com abordagem qualitativa das informações identificadas, como forma de compreender melhor fenômenos contemporâneos do telejornalismo. Com isso, buscou-se realizar “uma etapa muito importante e essencial de um trabalho de investigação científica, pois tem como proposta o estudo de textos impressos nas quais são buscadas as informações necessárias para progredir no estudo de um tema de interesse” (Silva; Oliveira; Silva, 2021, p. 96).

Nessa perspectiva de revisão da bibliografia disponível e das análises possíveis sobre a temática central do estudo proposto, este artigo apresenta parte das reflexões e estudos de uma pesquisa de doutorado, realizada no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e teve como foco as novas práticas sociais, a partir da observação dos seguintes pontos: 1) os fenômenos que permeiam as produções jornalísticas na televisão; 2) os processos inerentes a esse veículo de comunicação; 3) e a participação dos atores envolvidos no processo de construção da notícia. Além disso, foram observadas as mudanças nos comportamentos das audiências nesse cenário.

Esta investigação e análise se justificam pela necessidade de identificar e refletir sobre os caminhos percorridos pelo jornalismo televisivo para tentar projetar o que podemos esperar daqui para frente. Além disso, buscou-se contribuir para que outras pesquisas possam ser realizadas sobre essa temática, que se apresenta como atual e relevante no campo de estudos da comunicação midiática brasileira.

Audiências ativas e convergidas

As possibilidades de compartilhamento e participação oferecidas pelas mídias digitais reposicionaram o telespectador na construção das

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

notícias televisivas. O que permitiu novas formas de apropriação, de percepção e de colaboração. Agora, as chamadas audiências ativas exercem papel primordial no processo comunicativo da televisão regional. “A audiência, além de participar como personagem coparticipante das reportagens televisivas, retroalimenta os assuntos que serão discutidos, e, assim, redefinem-se as fronteiras do espaço midiático nas redes sociais” (Cajazeira, 2015, p. 14-15). Para Orozco (2014, p. 107), “a interatividade não é apenas uma questão de interpretação, mas de ações e produções, nos envolvendo como produtores e criadores, e não apenas como receptores, repetidores e intérpretes”.

Mesquita (2014) denomina esse novo público de audiência potente, considerando a atuação mais ativa dele no cenário midiático contemporâneo. O autor destaca também o espaço conquistado pelos telespectadores por meio da participação colaborativa, cada vez mais solicitada e valorizada no processo de produção de conteúdo televisivo.

Denominamos Audiência Potente esse novo agente que se envolve ou é envolvido nos processos, práticas e rotinas jornalísticas possuindo: capacidade de propagação da informação, não necessariamente notícia; capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de produção; capacidade de transformação, na medida em que muda sua forma de ação e de comportamento ao longo do tempo, dependendo de condições culturais, econômicas, sociais, tecnológicas, dentre outras; e capacidade de amplificação, na medida em que ressignifica o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto, reverberando-o nas redes (Mesquita, 2014, p. 72).

A autora destaca ainda que as redes sociais digitais se apresentam como o principal espaço ocupado por essas audiências potentes, uma vez que criam o ambiente propício para que a cultura da colaboração possa se estabelecer, se desenvolver e se expandir.

Com a capacidade de coprodução, a Audiência Potente, que está no *Facebook* e no *Twitter*, e se envolve com os veículos de referência, pode trazer para a redação registros fotográficos, vídeos e textos. Esses últimos são apropriados pelos veículos de diversas formas: como sugestão de pauta; como respostas a sondagens para municiar os veículos sobre como pensa a audiência em relação a determinado assunto; como questionamento e crítica à falta de determinados assuntos no noticiário;

Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

como opinião sobre determinado tema trabalhado pelos veículos de referência (Mesquita, 2014, p. 69).

As transformações pelas quais passou a televisão nos últimos anos também contribuíram para a construção de um novo espaço público, configurado pela digitalização e pela conectividade. “As redes sociais conectadas pela internet apresentam novas formas de organização social, começando suas discussões e movimentações. As discussões ganham adesão de diversos grupos, às vezes, reverberam-se em movimentos sociais nas ruas e inserem-se na agenda midiática” (Alves, 2022, p. 157). Esse fenômeno ocorreu por motivos diversos e causou múltiplos impactos na sociedade.

Esses processos comunicacionais baseados nesses fluxos de influências geram identidades e experiências individuais e coletivas e são alimentados pelos mais diversos desejos, interesses, opiniões, crenças, posições, divergências políticas, sociais, econômicas, religiosas e culturais dos agentes sociais tanto a nível individual como coletivo (Alves, 2022, p. 243).

Portanto, o ato de compartilhar um conteúdo pode ser visto como uma forma de atender a demandas sociais diferentes e específicas, dependendo de quem produz ou envia o material. Diante das possibilidades, Shirky (2011) identifica quatro formas que dão sentido à palavra compartilhamento. O primeiro é o compartilhamento “pessoal” onde tanto os participantes como os beneficiários estão agindo de forma individual, mas recebendo valor advindo da presença um dos outros. A segunda forma é a “comum”, restrita a um grupo de colaboradores em conversa mútua e com interesses e necessidades semelhantes.

A terceira possibilidade de compartilhamento apresentada pelo autor é a “pública”, que acontece a partir da criação de um recurso público que possibilita a interação dos colaboradores do grupo. Nesse caso, não é totalmente fechada e está aberta a participação de iniciantes e gente de

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

fora. A quarta forma de compartilhamento é denominada pelo autor como “cívica”, que se organiza e mobiliza em rede virtual, e tem como foco provocar transformações reais na sociedade, “melhorar a sociedade é seu objetivo explícito” (Shirky, 2011, p. 156).

Com o desenvolvimento desse atual cenário digital de compartilhamento por meios diversos, Cajazeira (2015) concebe a existência de uma audiência convergida e conclui que, ao estabelecer relações comunicacionais simbólicas, o público também dá visibilidade aos telejornais por meio da socialização oferecida pelo ambiente digital. Com isso, segundo o autor, pode-se verificar que a audiência do telejornalismo se apresenta como um nicho de público informado e disperso em múltiplas plataformas que, “além de interessar-se por telenoticiários, busca no espaço público expandido da TV na Internet novas formas de sociabilidade” (Cajazeira, 2015, p. 87). O que amplia ainda mais os espaços de interação social.

Por isso, verificamos a formação de novas relações e encontros sociais, mesmo que fragmentados e dispersos pela grande diversidade de temáticas e interesses do público. Novas temporalidades também foram construídas a partir dessas mudanças no ambiente televisivo, especialmente no local e regional. Na produção, tem-se um alargamento da cobertura espacial e temporal podendo estar em “qualquer lugar e em qualquer tempo”. O sentido de um fluxo contínuo e “em tempo real” a partir da infinidade de informações “torna-se mais evidente nas temporalidades produtivas com uma corrida pelo atual, imediato e intermitente” (Alves, 2022, p. 36-37).

Nesse cenário, tornou-se cada vez mais recorrente o uso da colaboração de diversos atores sociais, com os registros feitos com seus dispositivos digitais e a disponibilização de informações de forma ágil e constante. Um fenômeno complexo operacionalizado por novas lógicas de

Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

interação, participação e cooperação. Canavilhas, Torres e Luna (2016) destacam que isso causou mudanças também nas rotinas produtivas das empresas de comunicação.

Os novos atores inserem-se na teia mediática e ganham posição de destaque, influenciando mesmo as rotinas de produção de notícias. O público receptor dessas mensagens interage de forma ativa por meio de mecanismos de redistribuição e partilha de conteúdos, quer em redes sociais, quer dentro de *sites* ou aplicações (Canavilhas; Torres; Luna, 2016, p. 144).

A partir das possibilidades de interação do público com os meios de comunicação, Cajazeira (2015) identifica três formas de participação no telejornalismo: direta, indireta e simultânea. A primeira, diz respeito a disponibilização, por meio da internet, de um “fale conosco” e de um *e-mail* para que as pessoas pudessem entrar em contato. A segunda se refere ao compartilhamento pela TV de conteúdos publicados em *blogs*, *sites* e redes sociais. E a terceira “ocorre quando inclui a participação na transmissão direta (ao vivo); ou assíncrona (gravada) de programas noticiosos” (Cajazeira, 2015, p. 31).

Para Becker (2016, p. 74), essas possibilidades de participação dos telespectadores por meio da internet contribuem para a expansão das coberturas e dos espaços jornalísticos, uma vez que “muitas vezes, as imagens, os áudios, os depoimentos e os comentários de pessoas próximas ou envolvidas com o local onde o fato ocorreu constituem as únicas possibilidades de acesso rápido a alguma informação sobre um fato relevante”.

Durante a Pandemia da Covid-19, por exemplo, decretada em março de 2020, a cultura da participação, a formação e fidelização de fontes ativas e uso intensivo dos dispositivos tecnológicos foram fundamentais para que a televisão, principalmente o telejornalismo, continuasse funcionando em meio à crise sanitária. Por causa da limitação imposta pela necessidade de

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

isolamento social, naquele momento, verificou-se uma ruptura no processo tradicional de construção da reportagem.

A Pandemia transformou um conteúdo, até então complementar, ilustrativo, muitas vezes feito pelo público, audiência ou personagens e fontes, material fundamental para o fechamento de reportagens e, conseqüentemente, de telejornais. Ao ponto de matérias inteiras, partes significativas de programas telejornalísticos, serem feitos com imagens que não foram captadas por profissionais de emissora de TV, mas repassadas para a redação, por meio de redes sociais e aplicativos de mensagens institucionais e particulares, de repórteres e produtores (Cerqueira; Gomes, 2020, p. 180).

Em muitas situações, durante esse período, a produção dos telejornais locais e regionais precisou pedir às fontes que gravassem as entrevistas com o próprio celular, além de imagens para a edição do material. “O mais usual era solicitar às fontes as sonoras com respostas a questões encaminhadas previamente pelo repórter ou pela equipe de produção” (Siqueira, 2020, p. 155). Nesse cenário, observou-se que o jornalista se tornou apenas um produtor e organizador do material compartilhado pelas fontes. “Os repórteres começaram a assumir um papel mais efetivo de curadores do material proveniente da coprodução, atuando na produção, na solicitação de vídeos, na decupagem, na estruturação das notícias criadas a partir desse material” (Siqueira, 2020, p. 158).

Apesar de se tornarem fontes ativas no processo de construção da notícia, Pereira Júnior, Rocha e Siqueira (2010) não consideram essas audiências como “cidadãos-repórteres”, uma vez que não são jornalistas. Elas adquiriram outro papel no processo comunicacional. “Consideramos essas pessoas o que podemos chamar de mediadores públicos, que agora não se limitam a assistir televisão, mas intervêm no próprio processo produtivo, funcionando como coprodutores da notícia” (Pereira Júnior; Rocha; Siqueira, 2010, p. 2).

Na televisão contemporânea, a interação e interatividade com as audiências são utilizadas para reforçar o potencial mediador social do

Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

jornalismo. Por isso, é feito um chamamento constante para que o público participe e colabore para mostrar os anseios dos cidadãos, além de ampliar a cobertura noticiosa. Para Cajazeira (2015), a mídia aproveita a demanda social das audiências, que buscam participar de forma mais ativa da construção da notícia, para desenvolver novas relações e novos espaços de interação. “O público encontra-se interessado – em alguns casos – em interagir com a imprensa e a desenvolver novos afetos proporcionados pela convergência dos meios com a Internet” (Cajazeira, 2015, p. 87). Ainda nessa perspectiva, o autor acrescenta que a televisão transforma os ambientes virtuais em um local de extensão dos seus domínios midiáticos. Com isso, a TV passou a ser vista, em sua representação nas plataformas digitais, como um novo espaço de comunicabilidade.

Reconfiguração do telejornalismo regional

Além da ampliação dos espaços de comunicabilidade, Becker (2016) chama a atenção para o fato de que o incremento da participação do público provocou outros tipos de reconfigurações no jornalismo audiovisual e, com isso, foi possível observar mudanças na estrutura das empresas de mídia tradicionais, que sempre buscaram estabelecer vínculos com as audiências. Por isso, com o engajamento maior dos cidadãos, as estratégias de comercialização foram remodeladas.

As atuais reconfigurações da TV reúnem antigas e novas formas de produção e consumo, assim como de distribuição e comercialização de conteúdos e formatos audiovisuais que tencionam os mecanismos e estruturas de captação de investimentos financeiros e as vendas de espaços publicitários e de programas das emissoras de TV (Becker, 2016, p. 96).

O desenvolvimento e uso dos *smartphones* também é outro fator que contribuiu de forma decisiva para essas mudanças no telejornalismo

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

local/regional. A implementação desses equipamentos no cotidiano social marca o retorno à produção e consumo das narrativas audiovisuais em telas individuais (Becker, 2022). O que ajudou também na configuração de novas formas de se produzir imagens em movimento. “Tais dispositivos potencializam uma aproximação entre os meios, o uso de enquadramentos mais fechados na tela pequena, produções realizadas para aparelhos portáteis, e reorganizam os formatos horizontal e vertical da imagem em movimento” (Becker, 2022, p. 38).

Bressan Junior (2019, p. 24-25) destaca que “os dispositivos móveis e a interação com os *sites* de redes sociais possibilitaram novos modelos de consumo e participação do público”. Para Machado e Vélez (2014), nesse novo ambiente, existe uma pressão grande pela geração de novos conteúdos, que sejam mais adequados às novas tecnologias e às novas demandas do público. Algo que contribui para a experimentação de novos modelos de televisão e de telejornalismo. Acredita-se que alguns vingarão e outros fracassarão.

No entanto, verificamos que essas pressões seguem a nova ordem construída pelos novos telespectadores, que buscam produtos disponíveis em qualquer lugar, que possam ser consumidos como cada um quiser e abertos à intervenção ativa dos participantes. “Esse novo consumidor/produtor está exigindo experiência midiáticas de uma mobilidade mais fluída, forma de economia mais individualizadas, que permitam a cada um compor suas próprias grades de programas e decidir à sua maneira particular de como vai interagir com elas” (Machado; Vélez, 2014, p. 35).

O uso desses dispositivos contribuiu também para uma quebra da centralidade da produção da notícia. Segundo Becker (2016, p. 53), “os usos das tecnologias digitais favorecem a resignificação das narrativas jornalísticas audiovisuais. O deslocamento do receptor para o lugar de

Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

produtor tece novas formas de vínculos e identidades entre produção e recepção”. Ainda segundo a autora, essa mudança proporcionou uma nova forma de relação entre os produtores de imagens e os telespectadores. “Os *smartphones* flexibilizaram relações entre profissionais e amadores, que se tornaram testemunhas do acontecimento, e as imagens que produzem são reconhecidas por suas autenticidades” (Becker, 2022, p. 38).

A colaboração cada vez maior das fontes ativas, por meio do envio ou publicação nas redes sociais de materiais e informações sobre os acontecimentos cotidianos, também cria uma pressão maior para que as empresas de comunicação abram ainda mais espaços para a participação dos cidadãos. Por outro lado, elas são inseridas nos telejornais como uma estratégia para demonstrar uma certa inovação e adaptação da televisão ao cenário digital. Por isso, segundo Alves (2022), essa atuação ativa dos telespectadores levou a significativas transformações na rotina das redações das emissoras de TV.

Esse atual contexto colaborativo nas redações traz as transformações nas rotinas produtivas da notícia, principalmente, no ritmo de trabalho, nos critérios de noticiabilidade, na qualidade do conteúdo, no controle de segurança da checagem dos dados, no perfil profissional, além da parte de direitos autorais e negociação de uso (Alves, 2022, p. 178).

Nesse cenário, fica mais evidente a profunda mudança que ocorreu na relação entre os produtores da notícia e o público receptor, que passou a ser encarado como coprodutor. No entanto, Alves (2022) destaca que os jornalistas continuam sendo os responsáveis pela produção da notícia. As audiências ativas só se tornam fontes ativas quando permitidas pelo profissional. Apesar do ambiente colaborativo, os materiais compartilhados passam pelos critérios tradicionais de noticiabilidade, empregados pela redação.

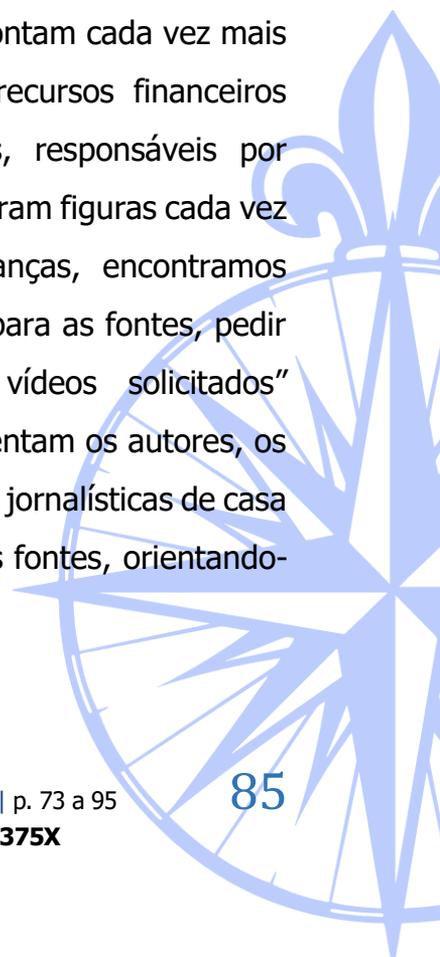
Atualmente, esse processo ocorre por meio do que denominamos como verificação associativa, ou seja, o jornalista precisa reunir, organizar e confrontar os registros das fontes ativas para checar a veracidade das

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

informações e, assim, chega-se a um desenho do que pode ser noticiável. (Alves, 2022, p. 23).

Nesse novo contexto produtivo da mídia, Salaverría Alliaga (2009) identifica três escalas de convergência do jornalista atual. O primeiro é chamado de “polivalência profissional”, que é quando o profissional multitarefas assume múltiplas funções nas redações. A segunda, chamada de “polivalência temática”, se caracteriza pela multiplicidade de temas trabalhados pelo jornalista ao desenvolver diversas funções ao mesmo tempo. E a terceira é chamada de “polivalência midiática”, onde o profissional produz notícias para diferentes meios da empresa, ao mesmo tempo. Essas classificações evidenciam a reconfiguração de práticas profissionais já utilizadas em fases anteriores da televisão e a criação de novas formas de se produzir na TV, atendendo as demandas atuais do mercado profissional e do público.

As mudanças nas práticas da produção jornalística televisiva, principalmente durante a Pandemia da Covid-19, intensificaram um processo que já vinha acontecendo nas emissoras de TV nos últimos anos, principalmente nas empresas locais e regionais, que contam cada vez mais com quadros de pessoal reduzidos e com menos recursos financeiros disponíveis. Com isso, os profissionais multitarefas, responsáveis por apurar, produzir, reportar, editar e apresentar, se tornaram figuras cada vez mais presentes nesses ambientes. “Entre as mudanças, encontramos repórteres, de casa, tendo que captar imagens, ligar para as fontes, pedir depoimentos gravados, fazer edição prévia de vídeos solicitados” (Cerqueira; Gomes, 2020, p. 179). Além disso, acrescentam os autores, os produtores passaram não apenas a construir as notícias jornalísticas de casa ou da redação como também a pedir depoimentos das fontes, orientando-os sobre enquadramentos, luz e captação do áudio.



TV Social e outras formas de consumo do telejornalismo

Por outro lado, nessa nova realidade midiática, observamos que as transformações não ficaram restritas apenas à forma de produção da notícia na TV. A possibilidade de hibridização de gêneros e formatos, proporcionada pela convergência das mídias e pelos novos hábitos e comportamentos dos telespectadores, fizeram com que a televisão não mantivesse mais um público específico, considerado apenas dela. Agora, esse meio de comunicação disputa, simultaneamente, espaço com outros meios de comunicação. “Ao utilizarem *sites*, redes sociais e outros ambientes *on-line*, os telespectadores saltam de uma tela a outra e ampliam o consumo televisivo para além do aparelho de TV, ou seja, para além dos conteúdos audiovisuais transmitidos de forma unilinear e ininterrupta” (Almeida, 2018, p. 19).

Essa nova forma de experiência televisiva confirma uma mudança de comportamento dos telespectadores observada na televisão contemporânea. A conexão direta com as tecnologias digitais é apontada por Finger e Souza (2012) como um dos principais fatores que mudou significativamente a forma de assistir TV. “Os telespectadores estão criando outras formas de engajamento social. As novas plataformas estão integrando ao ato de assistir televisão à comunicação interpessoal através da internet” (Finger; Souza, 2012, p. 385).

Nessa perspectiva, Scolari (2014) destaca que a televisão contemporânea deve ser concebida de uma forma mais ampla, como uma tecnologia expandida. Com isso, a TV passa a ser vista como um conjunto de práticas audiovisuais, tanto de produção quanto de consumo, que

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

dependem dos contextos em que estão inseridas. Almeida (2018) também ressalta que a televisão se expandiu para várias outras telas e chegou ao ponto de os telespectadores começarem a combinar a visualização da TV com o uso de outros dispositivos. Um fenômeno chamado de TV Social, que para a autora pode ser concebido como uma prática:

[...] caracterizada pela postagem de mensagens nas redes sociais e na interação dos telespectadores a respeito do que estão assistindo em tempo real, os aplicativos de "segunda tela", com conteúdo sincronizado ao que está sendo transmitido na TV, e os serviços de *check-in*, que exibem em certas plataformas e redes sociais o programa que o usuário está assistindo naquele exato momento, dando abertura para comentários de outros telespectadores (Almeida, 2018, p. 36).

Finger e Souza (2012) chamam a atenção para a diferenciação entre TV Social e segunda tela. Apesar de ambas as experiências fazerem parte de um mesmo ambiente e terem características semelhantes, aparentemente, são termos que designam fenômenos distintos.

A segunda tela pode ser qualquer dispositivo que permita o acesso à internet como *smartphones, tablets, notebooks*, entre outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas (Finger; Souza, 2012, p. 384).

Já o fenômeno da TV Social, batizado assim por Marie-José Montpetit, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), um dos principais centros de pesquisa em novas tecnologias do mundo, pode ser vista como a "possibilidade de interação entre telespectadores pela internet, através da segunda tela, em torno de um conteúdo comum exibido pela televisão, torna a experiência de assistir TV mais complexa e atraente" (Finger; Souza, 2012, p. 384).

Ainda sobre a origem desse fenômeno, Evangelia (2011) explica que o conceito de TV Social se tornou conhecido nos últimos anos, concebida

Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

como uma fase seguinte da TV Digital. Para ela, seria como uma evolução tecnológica, a partir de um meio que permite a participação ativa dos espectadores, permitindo seu engajamento e expressão pessoal. O que comprova que o processo de digitalização da TV foi um dos fatores essenciais para criar o ambiente ideal para que essa prática pudesse surgir, se desenvolver e se expandir.

Nesse sentido, Fechine (2014, p. 128) apresenta a TV Social como sendo a "integração de novas tecnologias da comunicação à experiência de assistir televisão para potencializar o que sempre foi uma das propriedades fundamentais da lógica da grade direta de programação: o compartilhamento simultâneo de conteúdos". A TV Social também é chamada por alguns pesquisadores de "televisão conectada", que é mais uma expressão ampla para designar a articulação entre a TV e a internet (Marinelli; Andò, 2014, tradução nossa).

Já Proulx e Shepatin (2012) chamam esse tipo de compartilhamento de "*backchannel*" (canal de fundo), ao considerarem a existência de um canal secundário de reprodução e ressignificação do conteúdo da TV. Segundo os autores, a conversação *online* sobre um determinado programa acontece antes, durante e depois que ele vai ao ar. Nesse caso, o canal de fundo pode ser definido como a conversação que acontece em tempo real, através das mídias sociais no momento de sua transmissão.

Cavalcanti (2016) explica que existem dois tipos de conceitos mais comuns para designar esse fenômeno. O primeiro está diretamente ligado ao comportamento do telespectador, no exato momento em que ele assiste as produções televisivas em tempo real. O segundo é focado no campo de desenvolvimento de aplicações que permitem esse consumo de conteúdo da televisão de forma síncrona. No entanto, a autora destaca a existência de uma terceira concepção que trata das estratégias adotadas pelos produtores de conteúdo.

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

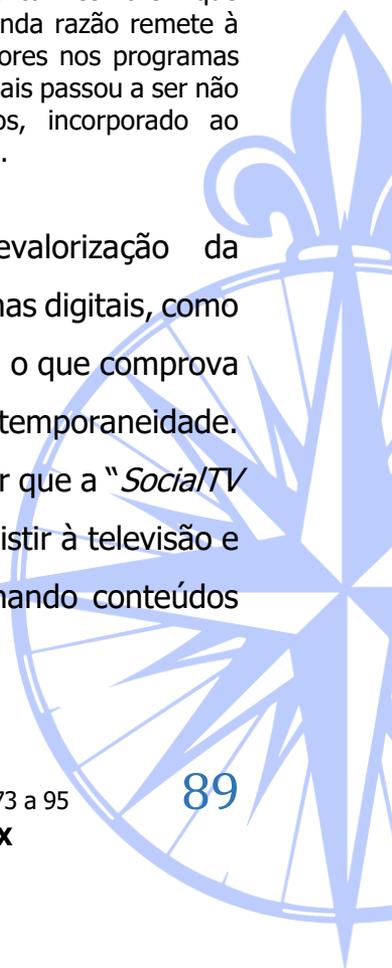
Embora entendamos que ambas essas noções são importantes para o cenário na qual a TV Social se insere, chamamos aqui de TV Social não o consumo, ou a tecnologia que o permite, mas as estratégias (e suas práticas) através das quais as emissoras de TV pensam o conteúdo televisivo de modo a estimular a conversação síncrona através de tais plataformas (redes sociais, aplicativos, etc) (Cavalcanti, 2016, p. 3).

Portanto, de acordo com Harboe (2009), verificamos que a televisão social pode ser entendida como qualquer tecnologia que suporta práticas sociais associadas com a TV. Já as definições com base na observação do comportamento do público, e das práticas resultantes desse processo, entendem a TV Social como sendo as tecnologias de comunicação que criam uma experiência remota e compartilhada, que permite as pessoas assistir à televisão juntos.

Essas práticas dos telespectadores não representam uma ameaça para a TV. Segundo Fachine (2014), pelo contrário, reforçam o consumo por duas razões.

A primeira razão diz respeito à instantaneidade que caracteriza a troca de mensagens *online* por meio das redes sociais, o que favorece o consumo dos conteúdos no momento mesmo em que são ofertados no fluxo televisivo [...] A segunda razão remete à possibilidade de intervenção dos telespectadores nos programas "ao vivo", visto que seu retorno nas redes sociais passou a ser não apenas monitorado, mas em alguns casos, incorporado ao conteúdo exibido (Fachine, 2014, p. 128-129).

Essa prática contribuiu ainda para uma revalorização da programação televisiva. O uso das redes sociais e plataformas digitais, como *Facebook* e *Twitter*, tem papel importante nesse processo, o que comprova novas formas de vivenciar a experiência com a TV na contemporaneidade. É o que destaca Bressan Junior (2019, p. 40) ao apresentar que a "SocialTV vem como novidade nesta integração e experiência de assistir à televisão e acesso às novas tecnologias da comunicação, compartilhando conteúdos simultaneamente".



Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

Os novos sistemas e tecnologias, portanto, tem proporcionando novas experiências aos telespectadores, que passaram a participar de forma mais ativa do processo comunicacional. Para Cádima (2011), isso ocorre tanto em relação aos conteúdos como na participação social, que atende à uma necessidade de elo social. Essa mudança contribuiu para provocar uma reconfiguração nos hábitos do público.

Pode-se dizer que estamos hoje perante uma nova esfera pública interconectada, com uma dimensão de criação verdadeiramente exponencial no plano dos *media* participativos. Não há dúvida de que, no plano dos conteúdos, a produção social participativa, dos conteúdos mais criativos aos mais políticos, ganhou novos enquadramentos que nos levam a recolocar a questão da própria experiência democrática representativa face a uma experiência mais directiva e deliberativa (Cádima, 2011, p. 2006).

Nesse sentido, Bressan Junior (2019, p. 43) observa que “mesmo diante de uma programação horizontal e vertical, os telespectadores escolhem e decidem, com estes dispositivos, o que assistir e como assistir, tanto na televisão aberta, quanto na segmentada”. Com essa nova forma de assistir televisão e as mudanças observadas na relação com o público, a medição das audiências também sofreu impacto. Machado e Vélez (2014) explicam que, nesse cenário, o espectador tende a produzir a sua própria programação com o material que ele mesmo vai buscar. O que tem dificultado o trabalho dos institutos de opinião pública.

O Ibope não tem mecanismos para medir a ‘vida’ de um programa, isto é, quantas vezes o programa foi visto depois da exibição *broadcasting*. Com a crescente disponibilidade da autoprogramação, a audiência de televisão tende a se reduzir a um espectador, com poderes para determinar especificamente quando, como e o que ver (Machado; Vélez, 2014, p. 57).

Portanto, podemos perceber que a TV Social é mais um sinalizador das mudanças sociais que a televisão vem apresentando com o processo avançado de convergência com outras mídias. São alterações no

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

ecossistema televisivo que vão desde o comportamento do público até as estratégias adotadas pelos produtores de TV. Assim, tais fenômenos, que começam a ser desenhados pela atuação dos consumidores, são explorados e incorporados às práticas corporativas em seus processos de produção e na busca pela audiência, que conseqüentemente contribuiu para a exploração de novos mercados e aumento das verbas publicitárias. Nesse contexto, a regionalização da programação se apresenta como negócio promissor e rentável, uma vez que proporciona uma aproximação maior com o público.

Considerações finais

Ao analisar os novos elementos e atores que foram introduzidos no ambiente midiático, a partir do surgimento das mídias digitais e a popularização da internet, verificamos que o telejornalismo passou por profundas transformações, tanto na forma de produzir programas e telejornais quanto no modo como os telespectadores acessam o conteúdo televisivo. O aparelho televisor tradicional deixou de ser o único receptor e passou a dividir espaço com as telas dos celulares, computadores e *tablets*.

As inúmeras possibilidades de acesso proporcionadas pelas novas tecnologias reconfiguraram o ecossistema da TV como um todo, apresentando novos elementos ao cotidiano dos brasileiros, e continuam transformando-o a cada dia. Ainda não é possível dizer com precisão qual é o futuro das produções jornalísticas televisivas, mas, certamente, será bem diferente daquela que crescemos assistindo ou da que estamos acostumados a ver na atualidade. Acreditamos que a convergência será ampliada ainda mais, com o surgimento de novas mídias.

Francisco das Chagas **SALES JÚNIOR**

Em meio a essas transformações, observamos que as práticas sociais do telejornalismo também foram sendo reconfiguradas pelas mídias digitais, de forma rápida e, ao mesmo tempo, intensa. As audiências se tornaram mais ativas, participando diretamente da construção das notícias veiculadas pela televisão. O que contribuiu para a quebra da centralidade da produção da informação e torna o trabalho dos produtores de jornalismo audiovisual ainda mais necessário, tendo em vista a disseminação em massa de conteúdos falsos, as chamadas *Fake News*.

Nesse cenário contemporâneo, os dispositivos móveis tiveram papel decisivo nessas mudanças. Afinal, proporcionaram as condições ideais para que as pessoas pudessem se interessar mais e se relacionarem com maior facilidade com os produtores das notícias nas emissoras de TV em todo o país, principalmente nas de alcance local e regional, tendo em vista a proximidade e familiaridade com a programação. Esse fenômeno social contribuiu para reforçar ainda mais uma cultura de colaboração entre ambos os atores e instâncias sociais e midiáticas.

Referências

ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. **O comportamento multitela na TV Social**: um estudo das práticas midiáticas em torno do The Voice Brasil e do MasterChef Brasil. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/15693?locale-attribute=es> Acesso em: 1º jul. 2024.

ALVES, Kellyanne Carvalho. **Fontes ativas**: colaboração das audiências ativas nos telejornais do Brasil e Espanha. São Paulo: Mentis Abertas, 2022.

BECKER, Beatriz. **Televisão e telejornalismo**: transições. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

BRESSAN JUNIOR, Mario Abel. **Memória teleafetiva**. Florianópolis: Insular, 2019.

CÁDIMA, Francisco Rui. **A televisão, o digital e a cultura participativa**. Lisboa: Media XXI / Formalpress, 2011.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A Audiência Convervida do Telejornal nas Redes Sociais**. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2015. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/132>. Acesso em: 1º jul. 2024.

CANAVILHAS, João; TORRES, Vitor; LUNA, Diógenes. Da audiência presumida à audiência real: influência das métricas nas decisões editoriais dos jornais online. **Mediapolis**, Coimbra: Impactum Coimbra University Press, n. 2, 2016, p. 135-149. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_2_10 Acesso em: 1º jul. 2024.

CAVALCANTI, Gêsa Karla Maia. Tendências para a TV Social como estratégia produtiva. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 18, 2016, Caruaru, PE. **Anais eletrônicos [...]**. Caruaru, PE, 7-9 jun. 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-0313-1.pdf>. Acesso em: 1º jul. 2024.

CERQUEIRA, Laerte; GOMES, Elane. Telejornalismo remoto: O que pode se incorporar à rotina das redações e dos profissionais pós-pandemia?. In: EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska. **A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia**. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2020.

CRUZ, Renato. **TV Digital no Brasil: Tecnologia versus política**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

EVANGELIA, Mantzari. **The Implementation of Social Interactive Television**. Disponível em: <http://uxtv2008.org/program/social-tv-workshop-papers/evangelia.pdf> Acesso em: 1º jul. 2024.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 114-131.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 19, n. 2, pp. 373-389, maio/agosto 2012. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/9756/2/Uma_nova_forma_de_ver_TV_no_sofa_ou_em_qualquer_lugar.pdf Acesso em: 1º jul. 2024.

HARBOE, Gunnar. In search of social television. In: PABLO, Cesar; DAVID, Geerts; KONSTANTINOS, Chorianopoulos. **Social interactive television: immersive experiences and perspectives**. Hershey: New York, 2009.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lúcia. Fim da televisão?. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 54-76.

MARINELLI, Alberto; ANDÒ, Romana. Multiscreening and Social TV: the changing landscape of TV consumption in Italy. **View**, vol.3, n.6, 2014, p.24-36. Disponível em: <https://mediarep.org/handle/doc/15069> Acesso em: 1º jul. 2024.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo: a audiência potente e as novas relações no jornalismo**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/13152> Acesso em: 1º jul. 2024.

OROZCO, Guilherme. Televisão: causa e efeito de si mesma. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 96-113.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Vizeu; ROCHA, Heitor Costa Lima da; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. Telejornalismo: lugar de referência, mediadores públicos e espaços públicos. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 8, 2010, São Luís. **Anais...São Luís: SBPjor**, 2010, p. 1-13.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile**. New Jersey: John Wiley&Sons, 2012.

SAAD CORRÊA, Elizabeth; LIMA, Marcelo Coutinho. **Modus operandi digital: reflexões sobre o impacto das mídias sociais nas empresas informativas**. E-Compós, 2009. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2009/trabalhos/modus-operandi-digital-reflexoes-sobre-o-impacto-das-midias-sociais-nas-empresas> Acesso em: 1º jul. 2024.

A reconfiguração das práticas sociais na televisão: Reflexões sobre o telejornalismo regional contemporâneo

SALAVERRÍA ALLIAGA, Ramón. Los medios de comunicación ante la convergencia digital. In: **Actas del I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0** (CD-Rom), Bilbao, 2009, P. 11-13. Disponível em:

https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf
Acesso em: 1º jul. 2024.

SILVA, Michele Maria da; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; SILVA, Glênio Oliveira da. A pesquisa bibliográfica nos estudos científicos de natureza qualitativos. **Revista Prima**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 91-109, 2021. Disponível em:

<https://revistaprisma.emnuvens.com.br/prisma/article/view/45> Acesso em: 5 jul. 2024.

SCOLARI, Carlos A. This is end: As intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 34-53.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIQUEIRA, Fabiana. Fora das ruas e das redações: A nova rotina produtiva dos repórteres de TV em casa. In: EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska. **A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia**. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2020.

