

Convergência midiática e transmídia: análise dos perfis no Instagram dos telejornais mais assistidos em Blumenau¹

Joyce Thays Moser²

Magali Moser³

Universidade Regional de Blumenau – FURB, Blumenau, SC

RESUMO

A pesquisa investiga a presença e a estratégia dos telejornais mais assistidos ao meio-dia em Blumenau (SC). O objetivo geral é analisar o conteúdo e as estratégias adotadas nas publicações dos perfis no Instagram do Jornal do Almoço, da NSC TV e Balanço Geral, da NDTV. Este trabalho explora conceitos como transmídia e convergência, discutindo o futuro da televisão e a importância da presença dos telejornais nas redes sociais, seguindo as tendências de consumo da informação na era digital, no contexto regional, a partir da análise de conteúdo. A análise evidencia a importância do jornalismo regional na cobertura de questões locais e destaca a necessidade de adaptação dos telejornais às plataformas midiáticas digitais para atender aos novos hábitos do público.

PALAVRAS-CHAVE: telejornais de Blumenau; redes sociais; jornalismo regional; análise de conteúdo; convergência midiática.

INTRODUÇÃO

A expansão da internet está tornando o meio digital uma fonte crescente de informação. De acordo com dados do Global Overview Report do Data Reportal, em 2023, mais de cinco bilhões de pessoas, 64% da população mundial, estavam conectadas à internet, e cerca de 4,76 bilhões eram ativas em redes sociais. Conseqüentemente, a mídia tradicional, como a televisão e os telejornais, precisa se adaptar a esse novo cenário. Essa mudança para a convergência midiática e a produção transmidiática expande narrativas em várias plataformas, influenciando significativamente o consumo de informação (Jenkins, 2022). No cenário do telejornalismo, surge a questão da presença dos telejornais nas redes sociais e como eles se manifestam na mídia.

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Jornalista recém graduada no curso de Jornalismo da FURB, e-mail: jtmoser@furb.br

³ Orientadora - Doutora em Jornalismo (UFSC) e pós-doutoranda no INCT.DD na UFBA, e-mail: magali.moser@gmail.com

Em Santa Catarina, o município de Blumenau tem destaque no contexto jornalístico, como cidade sede das primeiras emissoras de rádio e televisão. Durante o período de estágio no Jornal do Almoço (JA) Blumenau, vinculado ao Grupo NSC, afiliado da Rede Globo, de junho de 2022 a junho de 2023, fui responsável pela atualização das redes sociais do telejornal. Esse período despertou a necessidade de compreender melhor o que publicar nas redes sociais para manter a credibilidade e a qualidade jornalística, além de atrair e engajar o público. Uma das principais dúvidas enfrentadas durante o estágio era sobre o tipo de conteúdo a postar no perfil do telejornal no Instagram: bastidores, notícias ou reproduções do que era veiculado na televisão.

Considerando a importância das redes sociais na disseminação de notícias, é fundamental compreender o tipo de conteúdo que deve ser publicado. A diferença entre o conteúdo jornalístico local veiculado pelos meios de comunicação regionais e o produzido pelos veículos nacionais é notável. Este trabalho é resultado de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado em 2023 e busca compreender tal disparidade. Este artigo condensa um fragmento dos resultados, concentrando-se na análise das publicações do *feed* de dois telejornais no Instagram.

O objetivo geral da pesquisa foi analisar o conteúdo e as estratégias adotadas nas publicações dos perfis no Instagram dos telejornais mais assistidos ao meio-dia em Blumenau (Jornal do Almoço, da NSC TV e Balanço Geral, da NDTV), tendo em vista as discussões teóricas sobre convergência midiática e transmídia. Os objetivos específicos foram (a) conceituar convergência midiática e transmídia no contexto das redes sociais; (b) contextualizar historicamente os dois grupos de telejornalismo no âmbito das comunicações regionais; (c) identificar o tipo de conteúdo os telejornais produzem para o Instagram e a relação com a convergência transmidiática; (d) verificar de que maneira os grupos se relacionam com a audiência no Instagram, considerando a tendência mundial do envelhecimento do público que consome jornalismo e a necessidade de interação com as audiências.

Para isso, foi realizada uma análise dos perfis dos telejornais mais assistidos ao meio-dia em Blumenau, de acordo com a pesquisa de audiência do Instituto Mapa, realizada no mês de maio de 2023. Os telejornais analisados são: Balanço Geral, da NDTV Blumenau, afiliada da Record TV, e Jornal do Almoço, da NSC TV Blumenau, afiliada da Rede Globo. O perfil da NDTV Blumenau (@ndtvblumenau) centraliza todo

o conteúdo da programação televisiva local, enquanto o Jornal do Almoço Blumenau (@jablumenau) possui sua própria conta na rede social. Este artigo é uma síntese da pesquisa, cujo texto completo está disponível na Biblioteca On-line da FURB. Devido à limitação de espaço, será focado em uma seleção específica das análises realizadas⁴.

O FUTURO DA TELEVISÃO FRENTE ÀS NOVAS TENDÊNCIAS

Diversos autores pesquisam e abordam as mudanças no modelo de consumo originadas a partir da evolução tecnológica. No contexto desta pesquisa, voltada ao telejornalismo, Henry Jenkins (2022), Newton Cannito (2010), Guilherme Orozco (2014), Yvana Fechine (2014) e Cárlica Emerim (2017), por exemplo, descrevem e estudam como a tecnologia permite o acesso a conteúdos em diversas mídias e telas. Para eles, há uma transformação cultural e social impulsionada pela tecnologia que influencia o comportamento do público e, conseqüentemente, a adaptação dos meios tradicionais para a nova realidade.

Carlos Scolari (2014) sugere três etapas para a evolução da televisão: paleotelevisão - que separa informação e entretenimento -, a neotelevisão, dos anos 1980 - focada na representação de si mesma - e hipertelevisão - fase atual, marcada pela colaboração e interatividade dos espectadores. Mario Carlón (2014) propõe que se vive a era da pós-televisão, onde a transmissão ao vivo mantém sua importância em um ecossistema midiático diversificado. Entretanto, o grande questionamento se dá em relação ao fim da televisão.

Pesquisadores como Henry Jenkins (2022) afirmam que a convergência midiática não substitui os meios tradicionais, mas os transforma. Guillermo Orozco (2014) prevê mudanças estruturais na televisão e maior envolvimento das audiências. Newton Cannito (2010) acredita que o sucesso na era digital depende de criar conteúdos eficazes em múltiplas plataformas. A competição enfrentada pela TV atualmente está relacionada à interatividade que outros meios e dispositivos audiovisuais oferecem aos seus usuários. A interatividade vai além da simples interpretação mental ou simbólica que as antigas audiências tinham com a televisão (Orozco, 2014).

⁴ Acesse a pesquisa na íntegra em: https://bu.furb.br/docs/MO/2023/370030_1_1.pdf

Esse cenário demonstra que a evolução tecnológica e a convergência midiática transformam a produção e o consumo de jornalismo, com as redes sociais emergindo como principais fontes de informação. A televisão continua a se adaptar, mantendo sua relevância em um cenário de consumo diversificado de mídia.

Com a opção de se informar através de diversas mídias, há uma mudança significativa na forma de distribuição da informação. O relatório "Desigualdades Informativas", do Aláfia Lab (2023), revela um afastamento dos meios de comunicação offline, como jornais, revistas e rádio, em favor das mídias digitais, preferidas por todas as faixas etárias, raças, gêneros e níveis de renda no Brasil. Sites de notícias, redes sociais e buscadores tornaram-se as principais fontes de informação, com 94% dos entrevistados utilizando redes sociais, sendo dois terços deste grupo diariamente. Apesar dessa mudança, a televisão continua relevante para uma parte significativa da população, sendo considerada importante por 80% dos entrevistados e presente em 95,5% dos lares brasileiros.

A pandemia de Covid-19 trouxe mudanças significativas na produção telejornalística. Jornalistas adaptaram rapidamente suas rotinas, utilizando celulares para transmissões ao vivo, captação de imagens, gravações de narrações e entrevistas online, o que facilitou a disseminação de informações e aumentou a proximidade com o público. Duas tendências emergiram na narrativa telejornalística: reportagens longas e aprofundadas e notícias ao vivo estilo *hard news*, ambas com um tom mais pessoal e subjetivo, promovendo maior engajamento e interatividade (Cerqueira *et al*, 2023).

A customização de conteúdos também se tornou predominante, influenciada pelos *prosumers*, usuários que moldam tendências e opiniões na internet. A audiência jovem prefere dispositivos móveis e plataformas como *streaming* e redes sociais, enquanto o público mais velho ainda busca a televisão tradicional.

Há divergências sobre o termo usado para produções de áudio e vídeo em telejornalismo. Cárilda Emerim (2018) propõe "telejornalístico" para especificar o conteúdo voltado ao jornalismo, evitando confusões, enquanto Cerqueira *et al*. (2023) definem como "jornalismo audiovisual" e identificam três fases pós-internet: transpositiva, hipermidiática e expandida, nas quais a audiência consome e propaga conteúdos em múltiplas telas, alterando o alcance dos telejornais.

Cerqueira *et al.* (2023) identificam dois objetivos principais para a expansão de conteúdos nas redes sociais: servir como "isca" para o consumo posterior em plataformas de *streaming*, além de funcionar como "vitrines virtuais" que adaptam o conteúdo tradicional para o ambiente online. A interação dos usuários nas redes sociais, por meio de comentários e debates, é crucial para criar uma audiência ativa e expandida, fortalecendo a presença do telejornalismo.

Raquel Recuero (2009) destaca a importância das redes sociais para o jornalismo, afirmando que elas ampliam o alcance das notícias e criam valor social sem substituir o jornalismo tradicional. As redes sociais funcionam como fontes de informação e espaços de reverberação, influenciando o jornalismo ao oferecer novas formas de chegar ao público.

Conceituar e entender a relação entre o jornalismo e as redes sociais é essencial para este estudo. Isso porque no âmbito do jornalismo regional, as redes sociais têm um papel significativo no consumo de notícias na região do Vale do Itajaí, em Santa Catarina. Círcia Peruzzo (2005) destaca que a mídia local atende a uma necessidade social, existindo desde o surgimento dos meios de comunicação em massa. Historicamente, rádio e televisão começam com um alcance local ou regional, com potencial para expandir à medida que ganham popularidade, audiência e recursos, permitindo uma cobertura mais ampla.

AS AÇÕES ADOTADAS PELOS DOIS PRINCIPAIS GRUPOS MIDIÁTICOS CATARINENSES

A NSC Comunicação pertence desde 2016 ao Grupo NC – marca de destaque no ramo farmacêutico responsável por adquirir todos os veículos do Grupo RBS em Santa Catarina naquele ano- e atua em todo o estado. Além de incluir a NSC TV, afiliada da Rede Globo no estado, abrange as emissoras de rádio: CBN Floripa, Atlântida, Itapema e CBN Joinville. Também fazem parte do grupo os jornais Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina, A Notícia e Hora de Santa Catarina, que em 2023, deixou de usar suas marcas após encerrar as edições diárias impressas. As redes sociais de A Notícia e Santa foram renomeadas para NSC Total Joinville e NSC Total Blumenau, respectivamente, sem explicação do grupo (Moser; Ramos, 2023).

A NSC TV tem sua sede em Florianópolis, e conta hoje com praças - que também podem ser definidas como filiais - em Blumenau, Criciúma, Chapecó e Joinville e sucursais – que são subordinadas à alguma filial, ou seja, um escritório da filial - em Itajaí e Lages. Na NSC TV Blumenau, o único telejornal produzido e transmitido ao vivo para a região é o Jornal do Almoço (JA) Blumenau, objeto empírico deste trabalho.

O Jornal do Almoço é apresentado pela jornalista Patrícia Silveira e conta com a participação diária do comentarista Valther Ostermann. Transmitido de segunda a sexta-feira, das 11h45 às 13h00 para a região do Vale do Itajaí, Alto Vale do Itajaí e Litoral Norte – a sucursal de Itajaí também trabalha em conjunto com a NSC TV Blumenau. Aos sábados, o JA é apresentado de Florianópolis e transmitido para todo estado, com notícias de todas as regiões.

O grupo ND mudou de nome em 2019, mas a marca continuou sob o controle da família Petrelli. Pertencem ao grupo as emissoras da NDTV, a Record News - que também é operada pelo grupo em Florianópolis -, as rádios ND Rádio, NDFM Joinville e Jovem Pan FM Chapecó, além da revista Its e o jornal impresso Notícias do Dia. A NDTV possui sede em Florianópolis e compreende todas as regiões do estado com praças em Blumenau, Itajaí, Joinville, Chapecó, Criciúma e as sucursais de Tubarão, Caçador, Balneário Camboriú e Rio do Sul. Em Blumenau, a emissora possui mais de três horas de programação ao vivo com conteúdo regional, através dos telejornais Balanço Geral Blumenau, Tribuna do Povo Blumenau e do programa Ver Mais Blumenau, focado em conteúdos ligados à beleza, saúde, comportamento, moda e gastronomia. O Balanço Geral, telejornal analisado neste trabalho, é veiculado das 11h50 às 13h20 de segunda a sexta-feira. O “BG”, como é conhecido, é apresentado pelo jornalista Rodrigo Vieira e leva as principais notícias sobre a região do Vale do Itajaí e Alto Vale – porque trabalha em conjunto com a sucursal da cidade de Rio do Sul.

A NSC TV mantém um perfil centralizado (@nsctvoficial) onde compartilha conteúdos de todos os seus programas locais, enquanto cada jornal regional tem seu próprio perfil, como o Jornal do Almoço Blumenau (@jablumenau), focando especificamente na região e incluindo produções da sucursal de Itajaí. Por outro lado, o grupo ND unificou seus programas jornalísticos em um único perfil (@ndtvblumenau), estratégia que visa direcionar os espectadores para uma única rede social e oferecer conteúdo variado dos diferentes programas locais da emissora.

Foram analisados dois telejornais porque cada veículo tem o seu modo de fazer jornalístico, com parâmetros, valores e linhas editoriais próprias. A escolha por analisar os dois jornais evita generalizações em relação ao tema central, que é a análise transmidiática de conteúdos, e leva em consideração as particularidades e especificidades de cada veículo de comunicação, bem como suas audiências e os seus objetivos.

O período analisado na pesquisa foi de 16 dias entre 15 e 31 de agosto de 2023. A fase de avaliação foi definida considerando a preocupação de não haver contaminação com datas comemorativas como o aniversário da cidade, em 2 de setembro, ou a independência do Brasil, em 7 de setembro, e a realização da Oktoberfest, no mês de outubro. As edições dos dois telejornais estão gravadas e disponibilizadas na internet. O Jornal do Almoço tem sua edição compartilhada no Globoplay na íntegra e separada por reportagens. Já o Balanço Geral Blumenau possui as reportagens disponibilizadas no Youtube e no portal ND+. No Instagram, os *stories* também foram gravados e as publicações salvas.

ANÁLISES E RESULTADOS

De acordo com Bardin (2011), a categorização é o mais importante princípio para a classificação dos elementos na análise de conteúdo. Para a autora, a categorização é o processo de classificar elementos de um conjunto, primeiro diferenciando-os e, em seguida, agrupando-os com base em critérios previamente definidos. As categorias são rótulos ou classes que reúnem elementos semelhantes com um título genérico com base em suas características comuns.

A partir da coleta de materiais e da análise prévia do conteúdo publicado pelos dois telejornais no Instagram, levando em consideração a convergência midiática e a transmídia, foram definidas cinco categorias de acordo com o tipo de conteúdo publicado. São elas: conteúdo telejornalístico, bastidores, chamadas, entretenimento e outros - conteúdos que não se encaixam nas categorias anteriores. Vale lembrar que essas categorias serviram para a análise das publicações do *feed* e dos *stories* e os critérios que as constituem serão explicados detalhadamente a seguir. Com base na discussão teórica apresentada, veja um quadro que resume as cinco categorias:

Quadro 1 – Categorias para análise de conteúdo

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
CONTEÚDO TELEJORNALÍSTICO	Informações jornalísticas adaptadas para a rede social
BASTIDORES	Funcionamento interno das redações, mostrando o dia a dia e o que acontece por trás das câmeras
CHAMADAS	Convites para assistir ao telejornal
ENTRETENIMENTO	Conteúdo não informativo, focado em entreter, envolver e cativar o público
OUTROS	Categoria para conteúdos diversos que não se enquadram nas categorias anteriores

Fonte: autoria própria (2023)

Cárlida Emerim (2017) defende que todo conteúdo jornalístico produzido para telas pode ser definido como telejornalismo. Portanto, o termo “conteúdo telejornalístico” será adotado para se referir ao objeto de estudo deste trabalho. Essa categoria leva em consideração que os perfis dos telejornais no Instagram compartilham informações e notícias para o público.

A categoria “bastidores” demonstra o funcionamento das redações e do cotidiano das equipes de reportagem que vão além do que é veiculado no telejornal. Além disso, os próprios telejornais utilizam o termo em muitas publicações. A terceira categoria são as “chamadas”, ou seja, assim como na televisão, há uma certa tendência de os perfis publicarem vídeos ou fotos dos jornalistas convidando para assistir ao jornal, falar sobre os principais temas e as manchetes que serão destaque e envolvem o público, levando a uma dimensão participativa nos telejornais. É visível quando a audiência pede ajuda, ou até mesmo participa de quadros propostos pelos programas. As categorias foram fundamentadas a partir de tendências discutidas por autores contemporâneos que pesquisam o tema (Emerim, 2017; Recuero, 2012; Jenkins, 2022; Scolari, 2014; Cerqueira *et al.*, 2023 e Finger; Musse; Souza, 2023).

A categoria de entretenimento é estabelecida por conteúdos que buscam divertir, cativar ou envolver o público, não possuindo finalidade informativa. Por fim, temos a categoria “outros” que abrange o conteúdo publicado que não se encaixa nas demais

categorias e que estão relacionadas a conteúdos variados. Seguindo a metodologia deste trabalho, quando o conteúdo puder ser agrupado em múltiplas categorias, será analisado em qual delas predominam as principais características, de acordo com a categorização proposta. Também foram avaliadas as legendas e as interações do público, embora não sejam priorizadas como categorias principais deste trabalho - elas, no entanto, compõem o conjunto. A escolha foi por expor a análise de modo individual, contemplando cada grupo porque cada um possui estratégias diferentes de publicação. A seguir, apresentamos as análises da pesquisa.

No primeiro dia da análise, em 15 de agosto de 2023, o perfil do Instagram do Jornal do Almoço Blumenau (@jablumenau) exibia 1.499 postagens, seguia 99 contas e tinha 10,4 mil seguidores. A biografia do perfil mencionava a NSC TV (@nsctvoficial), indicando que o telejornal fazia parte de uma emissora afiliada à Rede Globo. O perfil também disponibiliza um número de WhatsApp para o envio de mensagens pelo público. As publicações do perfil apresentavam uma variedade de conteúdo, combinando vídeos e imagens sobre diversos temas. Durante o período de análise de 16 dias na segunda metade de agosto, o JA Blumenau fez um total de cinco publicações, todos vídeos, sem manter uma frequência diária. De acordo com a categorização do conteúdo analisado, foi definido:

Tabela 1 – Publicações no perfil do JA Blumenau de acordo com as categorias

CATEGORIA	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES
CONTEÚDO TELEJORNALÍSTICO	2
BASTIDORES	3
CHAMADAS	0
ENTRETENIMENTO	0
OUTROS	0

Fonte: autoria própria (2023)

Nota-se que o perfil do Instagram do Jornal do Almoço Blumenau priorizou a publicação de vídeos que mostram, em sua maioria, os bastidores e curiosidades sobre a rotina do telejornal. O conteúdo jornalístico disponível no perfil é essencialmente uma reprodução do que foi transmitido na televisão, uma espécie de recorte das reportagens.

Em outras palavras, o conteúdo não foi adaptado ou aprimorado para a linguagem da plataforma, mas sim publicado integralmente. Levando em consideração o conceito de transmídia definido por Canavilhas (2013) e Jenkins (2022), onde cada novo elemento contribui de forma única para a totalidade da narrativa em várias plataformas de mídia, não se pode afirmar que há a disseminação de conteúdo transmidiático no perfil do telejornal.

Ainda sobre o conteúdo telejornalístico, as reportagens foram publicadas na íntegra, uma delas com cerca de três minutos e meio de vídeo e outra sobre o aniversário de Blumenau com mais de cinco minutos. Entretanto, os vídeos de bastidores que mostram a rotina da redação seguiram as tendências mais vistas das redes sociais com vídeos curtos – cerca de um minuto de duração. Um dos vídeos, publicado no dia 30 de agosto, mostrando como o jornal é preparado, foi narrado pela apresentadora do jornal Patrícia Silveira. O vídeo de bastidores que contou com a narração da apresentadora também recebeu muitos elogios e, por fim, o vídeo da reportagem sobre o aniversário de Blumenau, parabenizando a cidade, teve 12 comentários.

No que diz respeito à legenda da publicação, os textos em geral são breves, de cinco a oito linhas, adotando uma linguagem mais concisa, em conformidade com as tendências observadas nas redes sociais. Um aspecto notável é que, no conteúdo telejornalístico, a legenda lembra que as reportagens completas estão disponíveis para visualização no site Globoplay, plataforma de *streaming* da Rede Globo. Além disso, são utilizadas hashtags em todas as publicações, as mais utilizadas por exemplo são: #blumenau #jornaldoalmoco #nsctv #jornalismo.

Os conteúdos do programa Balanço Geral Blumenau são divulgados no perfil do Instagram da NDTV Blumenau (@ndtvblumenau), juntamente com os programas Tribuna do Povo e Ver Mais. Para análise, apenas as postagens que exibem o logotipo do Balanço Geral Blumenau foram consideradas, pois a equipe inclui esse logotipo nas postagens para distinguir os programas. Em 15 de agosto de 2023, o perfil tinha 5.537 postagens, seguia 69 perfis e contava com 26,7 mil seguidores. A biografia do perfil destaca os bastidores dos programas Balanço Geral, Ver Mais e Tribuna do Povo, indicando que o objetivo é mostrar bastidores e não fornecer notícias completas.

O perfil da NDTV não segue um padrão rígido, mas é notável a frequência significativamente maior de publicações, chegando a mais de uma postagem por dia,

especialmente para o Balanço Geral. Além disso, o perfil da NDTV Blumenau prioriza a divulgação de vídeos em seu feed. A seguir, veja a análise da distribuição do conteúdo ao longo dos 16 dias de observação, em que foram feitas 23 postagens relacionadas ao Balanço Geral. Observa-se que as publicações relacionadas ao Balanço Geral no perfil da NDTV Blumenau também são em sua maioria vídeos. Foram publicados 17 vídeos ao total e 6 fotos. Seguindo a categorização estabelecida para a análise de conteúdo, observa-se uma maior diversificação nas publicações do Balanço Geral. Veja a seguir como ficou a divisão da categorização proposta para a análise:

Tabela 2 – Publicações do BG no perfil da NDTV Blumenau de acordo com as categorias

CATEGORIA	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES
CONTEÚDO TELEJORNALÍSTICO	6
BASTIDORES	5
CHAMADAS	9
ENTRETENIMENTO	2
OUTROS	1

Fonte: autoria própria (2023)

Todas as publicações relacionadas ao conteúdo telejornalístico consistem em reproduções integrais do que foi ao ar no Balanço Geral. Em outras palavras, as reportagens são compartilhadas nas redes sociais da mesma forma que foram apresentadas na televisão. Em relação às publicações da categoria de bastidores da NDTV, essas informações também indicam uma abordagem mais transparente e pessoal. Ao mostrar o dia a dia da redação e permitir que o apresentador Rodrigo Vieira se envolva mais diretamente com a audiência, a emissora busca estabelecer uma relação mais próxima com o público, possibilitando um acesso mais fácil ao jornalista.

Na categoria “chamadas”, a emissora adota a estratégia de compartilhar no *feed* o conteúdo que será o destaque na edição do dia do Balanço Geral. O apresentador Rodrigo Vieira durante a gravação de quadros como "BG na busão" e "ND na sua casa", captura conteúdos que são posteriormente compartilhados no dia da exibição dos quadros, convidando o público a assisti-los. Quando o jornalista se desloca pelas ruas de Blumenau, os seguidores podem se sentir mais conectados à sua cidade e ao que está

acontecendo em sua comunidade, além de que sabem que a emissora se faz presente na cidade. Em uma das publicações, o apresentador entrevistou um telespectador para a rede social enquanto falava sobre o aniversário de Blumenau. Nesta publicação percebemos como as pessoas reconhecem e associam o jornalista ao “apresentador que dança no fim do jornal na sexta-feira”, isso porque o telespectador perguntou se era “dia da dancinha”.

Por fim, na categoria entretenimento, incluem-se essas danças de sexta-feira realizadas pelo apresentador ao fim do telejornal e são replicadas nas redes sociais. Esse tipo de conteúdo, voltado ao entretenimento, foi publicado duas vezes durante os 16 dias de análise, sendo que uma delas contou com a participação de um aluno da APAE - Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais – de Blumenau. Essa colaboração gerou uma significativa quantidade de interações nas redes sociais.

A dança de um âncora de um telejornal levanta questões sobre relações estabelecidas entre o entretenimento e a seriedade que se costuma esperar das notícias. Há divergências entre o que é considerado adequado para um jornalista âncora e o que pode atrair o interesse do público. O entretenimento muitas vezes atrai mais espectadores e pode ser uma estratégia para aumentar a audiência, isso porque muitas vezes as pessoas estão saturadas de conteúdo pesado e preferem algo mais leve. O desafio do jornalismo está em equilibrar o entretenimento e a responsabilidade jornalística. Afinal, a confiança do público na imparcialidade e na objetividade das notícias é crucial.

Em resumo, a estratégia adotada pelo Balanço Geral no Instagram da NDTV Blumenau integra uma abordagem diversificada e aumenta o envolvimento do público. Porém, levando em conta os estudos relacionados à transmídia, não pode-se dizer que os telejornais apostam neste tipo de conteúdo. Isso porque a transmídia se concentra mais na narrativa expandida por meio de diferentes mídias. O que se observa é uma tendência à convergência midiática, mas que parece não se aplicar efetivamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É evidente que as tecnologias estão em constante evolução, o que também se reflete nos modos de fazer jornalístico. Novas tendências de informação ganham cada vez mais espaço e importância. Ao analisar ambos os perfis dos telejornais, observa-se a escassez de conteúdo jornalístico para o Instagram. Em outras palavras, os telejornais regionais possuem um grande potencial para disseminar notícias, da mesma forma que

fazem os webjornais, que criam conteúdo exclusivo para as redes sociais. No âmbito regional, a presença dos jornais como meio de informação é muito forte em nossa região. Em Blumenau, cidade pioneira do estado ao consolidar uma emissora de TV que implementou programas jornalísticos - e continua mesmo com outra identidade atuando até hoje, percebe-se a cultura de buscar por informações. Destacam-se, por exemplo, além dos telejornais, portais de notícias online e blogs que atuam produzindo notícias para a cidade.

Os telejornais contam com um amplo acervo de material audiovisual que poderia ser mais explorado, com recursos específicos. Porém, muitas vezes, não aproveitam essa oportunidade para potencializarem a produção em conteúdos que atendam às necessidades e atribuições para que, de fato, sejam considerados transmídia. Ao analisar o tipo de conteúdo produzido para o Instagram pelos telejornais mais assistidos em Blumenau ao meio-dia e sua relação com a convergência transmidiática, foi possível identificar não apenas as estratégias utilizadas, mas também as mudanças na narrativa jornalística, suas tendências e a forma como elas se adaptam aos novos meios.

Mesmo com as possibilidades de criação de conteúdos informativos para o Instagram - ainda não se vê uma preocupação por parte do Jornal do Almoço Blumenau e nem do Balanço Geral Blumenau na criação deste tipo de conteúdo exclusivamente voltado às redes sociais. Se as pessoas buscam informações nas redes sociais, seria relevante encontrar nos telejornais não apenas chamadas preliminares, mas também notícias e informações complementares ou até diferenciadas – em relação ao conteúdo transmitido na TV. É fundamental lembrar que a maneira de divulgar o conteúdo na televisão difere do modo como ocorre nas redes sociais. Cada mídia carrega características distintas que influenciam a forma como o conteúdo é consumido.

Se adaptar a essa realidade, pode ser uma oportunidade de ampliar sua divulgação, conquistar novos públicos e entender esse processo não como uma competição. Os telejornais atuando de maneira transmidiática ou convergente ajudariam a promover uma cobertura mais próxima e direta das questões locais. Essa proximidade fortalece a relação entre o público e as notícias de interesse regional, enriquecendo a esfera jornalística com uma abordagem de maiores interesses para essas comunidades, pois mais próxima da realidade cotidiana.

Na análise realizada, nota-se a presença de ambos os veículos nas redes sociais. O Jornal do Almoço Blumenau parece carecer de uma estratégia definida para suas redes, evidenciada pela falta de frequência de publicação, além da falta de padronização dos conteúdos publicados. Por outro lado, o Balanço Geral Blumenau publica diariamente fotos e vídeos envolvendo o jornal, embora seu conteúdo se afaste do esperado historicamente no jornalismo, aproximando-se muitas vezes do entretenimento. Surge também, a questão sobre o papel do âncora, isso porque as danças no fim do jornal de sexta-feira - às vezes até com o jornalista convidando a audiência para assistir à "dancinha de sextou", usando as palavras dele -, sugerem uma postura alinhada com um apresentador de programas de entretenimento ou de auditório, do que a um jornalista, como mencionado anteriormente. Outro ponto de destaque em relação ao conteúdo mais voltado ao entretenimento é que a conta da NDTV Blumenau também agrupa conteúdos de variedades, devido ao programa Ver Mais. Assim, diferentemente do Jornal do Almoço, que possui um público bem segmentado e voltado ao seu programa único local, a NDTV Blumenau engloba em seu perfil inúmeros segmentos em uma única conta que acaba sendo mais voltada ao conteúdo de entretenimento no Instagram.

É notável que os jornais buscam migrar em direção à convergência nas redes sociais, porém ainda estão atrasados na criação de conteúdo exclusivo para essa plataforma, ao se comparar, por exemplo, com a tendência observada na atuação dos mesmos grupos ou portais de notícias em nível nacional. Esse atraso pode ser atribuído às redações enxutas, que cada vez mais demandam que um único profissional desempenhe diversas funções. Ir contra as novas tendências digitais pode atrasar a evolução convergente e transmidiática da televisão, deixando as emissoras em desvantagem competitiva e perdendo oportunidades de se conectar com audiências mais amplas e diversificadas, sobretudo quando pensamos na inclusão do público jovem. Além do Instagram, há outras redes sociais em ascensão, que proporcionam plataformas promissoras de produção de conteúdo, como o TikTok, e que os telejornais regionais também poderiam estar presentes, explorando possibilidades e atraindo a atenção e o interesse das novas gerações, fundamentais ao se refletir sobre o futuro do jornalismo.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Traduzido por Luís Antero Reto, Augusto

Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático.** Renó et al (org). Periodismo Transmedia: miradas múltiples, p. 53-67, 2014. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/4347>

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

CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **Fim da televisão.** Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

CERQUEIRA, Laerte; et. al. **Telejornalismo em recortes: os telejornais na timeline da audiência em rede.** In: PEREIRA, Ariane, MELLO, Edna, COUTINHO, Iluska (orgs). Telejornalismo em mutação: Rupturas e permanências. Florianópolis, SC : Editora Insular, 2023. P. 69 a 92. Disponível em: <https://insular.com.br/produto/telejornalismo-em-mutacao-rupturas-e-permanencias/>. Acesso em: 17 set. 2023

EMERIM, Cárilda. **Estudos em Telejornalismo: possibilidades de análise da inovação.** SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo FIAM-FAAM, São Paulo – Novembro, 2018. Disponível em: <https://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1681/778>. Acesso em: 20 ago. 2023

EMERIM, Cárilda. **Estudos em Jornalismo e Mídia,** Vol. 14 Nº 2. Julho a Dezembro de 2017, p. 114 a 123). Disponível em: v. 14 n. 2 (2017): Pós-Graduação em Jornalismo no Brasil e 10 anos do Pós Jor- UFSC. Acesso em: 12 abr. 2023

FECHINE, Yvana. **Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu.** In: FECHINE, Yvana; CARLÓN, Mario (orgs.). O Fim da Televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014b. P. 114-131.

FINGER, Cristiane; MUSSE, Christina; SOUZA, Fábio Canatta. **Uma nova narrativa para as reportagens de televisão frente ao jornalismo em outras telas.** In: PEREIRA, Ariane, MELLO, Edna, COUTINHO, Iluska (orgs). Telejornalismo em mutação: Rupturas e permanências. Florianópolis, SC : Editora Insular, 2023. P. 23 a 46. Disponível em: <https://insular.com.br/produto/telejornalismo-em-mutacao-rupturas-e-permanencias/> Acesso em: 23 set. 2023

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência** - 3ª ed. - São Paulo: Aleph, 2022

MOSER, Magali; RAMOS, Giovanni. **O triste fim dos três grandes jornais catarinenses.** ObjETHOS, 2023. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornalismo/otraste-fim-dos-tres-grandes-jornais-catarinenses/>. Acesso em: 23 nov. 2023

PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências.** Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005. Acesso em: 5 mai. 2023

SANTOS, N.; ALMADA, M. P.; CARREIRO, R.; CERQUEIRA, E. **Desigualdades informativas: entendendo os caminhos informativos dos brasileiros na internet.** Salvador: Aláfia Lab, 2023.

SCOLARI, Carlos. **This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão.** In: FECHINE, Yvana; CARLÓN, Mario (orgs.). O Fim da Televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014b. P. 34-53.

OROZCO, Guilherme. **Televisão: causa e efeito de si mesma.** In: FECHINE, Yvana; CARLÓN, Mario (orgs.). O Fim da Televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014b. P. 96-111.