

A PERFORMANCE DO JORNALISTA DE TV: A PRODUÇÃO DE SENTIDOS E A RELAÇÃO COM O PÚBLICO ATRAVÉS DA REDE SOCIAL INSTAGRAM

FERNANDA PATZDORF CADAVAL¹; MICHELE NEGRINI²

¹Universidade Federal de Pelotas - UFPel 1 – fepatzdorf@gmail.com 1

²Universidade Federal de Pelotas - UFPel – mmnegrini@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema a análise da performance do jornalista de TV; a verificação de como esta performance contribui na produção de sentidos; e a observação da extensão deste trabalho telejornalístico para as redes sociais. Para isso, vamos observar o desempenho performático e o comportamento da repórter Nathalia King, da RBS TV Rio Grande, no decorrer das matérias e, também, a forma como ela se relaciona com o público através da rede social Instagram.

A importância desta pesquisa se dá através da busca de respostas para as questões que norteiam este trabalho, tais como: a performance da jornalista é elemento marcante nas reportagens? a utilização das redes sociais por parte da repórter é fator que complementa os assuntos das reportagens? e que institui sentidos sobre os assuntos das matérias? o uso das redes sociais é um fator que pode comprometer o distanciamento do repórter aos conteúdos apresentados?

Com base nestes questionamentos, o objetivo geral do trabalho se configura na verificação da performance do repórter de TV, suas relações com a produção de sentidos das reportagens e a extensão do trabalho telejornalístico para as redes sociais. Para dar conta de responder as questões norteadoras dessa pesquisa e do objetivo geral aqui apresentado, diversas fontes bibliográficas estão sendo consultadas para corroborar os propósitos deste trabalho.

A fundamentação teórica da pesquisa parte da necessidade de apresentar primeiramente o telejornalismo no Brasil, desde sua origem às configurações de conteúdo e formato do que temos atualmente. Para isso, trazemos as noções e conceitos apresentados por Jaciara Novaes Mello, no artigo “Telejornalismo no Brasil”, de 2009. Nele a autora aborda o surgimento da televisão no Brasil e como seu começo se confunde com o jornalismo. Para exemplificar esse fato, Mello (2009, p 01) traz as semelhanças que os programas televisivos em 1950 tinham com o rádio e de como rapidamente a televisão se tornou dinâmica: “Daquela data até hoje, o telejornalismo foi conquistando o público brasileiro e se adequando às novas tecnologias e às necessidades do público-alvo”. Ignácio Ramonet é outro autor usado para entendermos o início da televisão e seu poder quanto mídia. No livro “A tirania da comunicação”, de 1999, ele diz:

Se a televisão assim se impôs, foi não só porque ela apresenta um espetáculo, mas também porque ela se tornou um meio de informação mais rápido do que os outros, tecnologicamente apta, desde o fim dos anos 80, pelo sinal de satélites, a transmitir imagens instantaneamente, à velocidade da luz. Tomando a dianteira na hierarquia da mídia, a televisão impõe aos outros meios de informação suas próprias perversões, em primeiro lugar com seu fascínio pela imagem. E com esta ideia básica: só o visível merece informação; o que não é visível e

não tem imagem não é tele visível, portanto não existe midiaticamente (RAMONET 1999, p. 26-27).

Outro aspecto que contribui para o entendimento do tema trabalhado é o telejornalismo no contexto tecnológico. O objetivo deste item é situar o jornalismo televisivo em relação à era da convergência, ao webtelejornalismo e as redes sociais. Conforme o avanço do tempo e, principalmente, da tecnologia, os meios de comunicação são forçados a andarem paralelamente com essa modernização. No telejornalismo, a preocupação com a concorrência e a busca pela fidelidade do telespectador já não estão sozinhas na atenção dada pelos produtores e jornalistas atualmente.

A tendência da convergência está ligada à necessidade das empresas de comunicação estarem atuando, informando e divulgando seus produtos jornalísticos e também de entretenimento para as redes socais. Sobre a convergência no jornalismo, Vizeu et al (2012), no artigo “Telejornalismo e Convergência: Rumo a um telejornal de marca de grupo?”, trabalham com o conceito apresentado por Salaverría et al (2010), que faz a seguinte definição para convergência:

A convergência jornalística é um processo multidimensional, que facilitado pela implementação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta os âmbitos tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente separados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que são distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma (SALAVERRÍA et al, 2010, p. 59, apud, VIZEU et al, 2012).

Se a convergência é transposição do conteúdo televisivo para outras plataformas, o webtelejornalismo é uma tendência que vem logo a seguir, sendo um conjunto de práticas jornalísticas que resultam na produção e exibição do webtelejornal. Sobre isto, vale trazer a colaboração de Ana Carolina Costa Lima (2016) sobre o início desta migração de conteúdo no Brasil:

Historicamente, o webtelejornalismo brasileiro teve início a partir da primeira década do século XXI, período em que os telejornais das maiores emissoras de tv aberta lançaram sites com conteúdos jornalísticos de reportagens exibidas anteriormente na TV. Em 2006, por exemplo, a Rede Globo estreou o portal G1, que reúne todos os conteúdos jornalísticos e de entretenimento da emissora. Três anos mais tarde, a Rádio e Televisão Bandeirantes e a Rede Record de Televisão também lançaram seus portais na web (LIMA, 2016, p. 05).

Encerrando a fundamentação teorica até aqui utilizada, trazemos o artigo de Christina Musse e Mariana Musse (2016), “A TV e o Instagram: como os jornalistas usam a rede social para ampliar a visibilidade e seduzir o público”. Nele as autoras abordam o uso que os jornalistas de TV vêm fazendo das redes sociais, tanto como forma de se aproximar da audiência como também para fidelizar o público.

É indiscutível a convergência entre os vários conteúdos midiáticos, como também a crescente utilização dos dispositivos móveis, cada vez com cardápio mais variado de opções de uso. O telejornalismo vive um momento de transição, de mutação, mas que, certamente, não o enfraquece, ao contrário, parece lhe oferecer novas chances de se

configurar, em ambiente que privilegia a simultaneidade e a interatividade. Novos conteúdos tomam conta das telas, com formatos inusitados. Os profissionais que atuam em TV sabem disso e procuram estabelecer novos vínculos com o público, o que pode resultar em maior e mais fiel audiência (MUSSE, 2016, p. 14).

A instantaneidade da tecnologia, associada às inúmeras ferramentas das redes sociais, vem se tornando grande aliada para os profissionais da televisão. Devido a isso, que a transposição do conteúdo televisivo para as redes sociais é uma realidade cada vez mais presente, tanto pelo suporte midiático disponível dentro destes aplicativos, como pela aproximação com o público.

2. METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos do presente trabalho estão ancorados na análise da performance e do comportamento da jornalista da RBS TV Rio Grande Nathalia King durante as reportagens que realiza no Jornal do Almoço e também nas entradas ao vivo que faz no telejornal Bom dia Grande. Durante essas análises serão verificados se a performance da repórter influencia na produção de sentidos das matérias. Além disso, o comportamento da jornalista nas redes sociais também será levado em consideração para a coleta de dados da pesquisa.

Para embasar a análise proposta quanto a performance da jornalista na TV e também nas redes sociais, usaremos as considerações de Sibilia (2014), sobre o assunto:

Então, se viver se assemelha a atuar ou encenar, se “ser alguém” equivale a interpretar um personagem, e se a vida tende a se parecer cada vez mais com uma narrativa midiática, isto ocorre porque costumamos sublinhar nossos gestos e ações. Como se estivéssemos o tempo todo fazendo performances (SIBILIA, 2014, p. 45).

Faz parte do processo metodológico analisar como a repórter age e interage com o público tanto no telejornal como na rede social Instagram. Além disso, investigar através de entrevista semiestruturada com Nathalia King, se agindo desta forma ela consegue manter o distanciamento entre o pessoal e o profissional e também se a performance apresentada tanto na TV quanto na rede social tem o apelo pela audiência através dessa aproximação com o público. Para embasar esse processo será utilizado o artigo de Christina Musse e Mariana Musse (2016), intitulado “A TV e o Instagram: como os jornalistas usam a rede social para ampliar a visibilidade e seduzir o público”. Além desses já citados, outros autores e trabalhos embasarão as análises e verificações desta pesquisa.

Para realizar a referida análise utilizaremos matérias selecionadas pela sua temática e relevância social na cidade de Rio Grande e no Estado, visto que utilizaremos reportagens que foram ao ar no jornal Bom dia Rio Grande, transmitido para todo o Rio Grande do Sul. Com base nestas reportagens analisaremos a performance e comportamento da jornalista com a utilização dos preceitos da análise do discurso de linha francesa. Essa linha de estudo aborda entre outras questões, a análise do jornalista enquanto sujeito e que implicações isso causa em sua performance profissional.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até o presente momento está sendo realizado o levantamento e discussão da fundamentação teórica que baseiam esta pesquisa. E dos métodos que serão utilizados para realização da análise do objeto de estudo. As próximas etapas da pesquisa será abordar o papel que o jornalista tem atualmente e do quanto sua função influencia socialmente e de como essas funções são desenvolvidas tanto na TV como na rede social. Apronfundar as discussões sobre a performance do jornalista e seus efeitos na produção de sentido das reportagens, também faz parte dos próximos passos do trabalho. Além do desenvolvimento das perspectivas metodológicas e a análise propriamente dita do objeto de estudo.

4. CONCLUSÕES

O discurso telejornalístico é complexo e tem tido diversas ressignificações no decorrer dos anos, como a mais recente, convergência jornalística. Processo de potencial dimensão, que facilitado pela tecnologia atinge e transforma o trabalho na televisão de maneira generalizada. Assim, como em uma perfeita engrenagem, ferramentas, métodos e linguagens antes separados, agora na era da convergência se juntam e jornalistas elaboram performances estratégicas para a distribuição de conteúdo em múltiplas plataformas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- JUNIOR, Alfredo Vizeu Pereira; DA SILVA LORDÊLO, Tenaflae; DE MEDEIROS, Priscila Muniz. Telejornalismo e convergência: rumo a um telejornal de marca de grupo? **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 2, p. 28-43, 2012.
- LIMA, Ana Carolina da Costa. Do telejornalismo ao webtelejornalismo: a convergência midiática no jornalismo da TV Morena.In: **7º CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO**. Ciberjornalismo e os modelos de produção: appificação e desafio global. 2016.
- MELLO, Jaciara Novaes. Telejornalismo no Brasil. **Faculdade Santa Amélia SECAL. Biblioteca online de Ciências da Comunicação**, 2009.
- MUSSE, Christina Ferraz; MUSSE, Mariana Ferraz. A TV e o Instagram: como os jornalistas usam a rede social para ampliar a visibilidade e seduzir o público. In: **XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, São Paulo, 2016. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.
- RAMONET, Ignacio; ORTH, Lúcia Mathilde Endlich. **A tirania da comunicação**. Vozes, 1999.
- SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. In OSWALD, Maria Luiz Magalhães Bastos; JUNIOR, Dilton Ribeiro do Couto; WORCMAN, Karen (orgs). **Narrativas digitais, memórias e guarda**. Curitiba: Editora CRV, 2014.