Pelo fluxo da TV e Web: Uma análise da reconfiguração televisiva a partir do fluxo de convergência bilateral[1]

Luiza de Mello STEFANO[2]
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

A TV e a internet possuem características distintas. Enquanto a primeira transmite conteúdo em fluxo unilateral e regular, a segunda só acontece por meio da interação do usuário. Com a inserção da televisão no ambiente da convergência das mídias, os fluxos se interconectam, possibilitando que os conteúdos permeiem por múltiplas plataformas. Surge então o fenômeno do fluxo de convergência bilateral (FERREIRA, 2015a), no qual o conteúdo televisivo é expandido para o ciberespaço e vice-versa. O estudo objetiva identificar de que forma o BBB17, como exemplo de programa transmidiático, utiliza o fluxo de convergência bilateral para expandir seu universo e reconfigurar a experiência televisiva.

Palavras-chave: televisão; fluxo; fluxo de convergência bilateral; BBB17.

Introdução

Ao longo dos últimos anos, a internet tem mudado de modo profundo a maneira de consumir e fazer televisão. As pressões por mudanças, principalmente vindas dos usuários, são tão fortes que não há mais saídas: a TV tal como conhecimentos há alguns anos está desaparecendo e dando lugar ao novo momento conhecido como *post-networking era*.

A internet absorveu características que antes eram exclusivas e oferecidas de forma independente por cada meio de comunicação. Atualmente, ela se encontra no ponto principal de convergência incorporando as linguagens dos outros veículos. A combinação da internet com os meios tradicionais e os novos fenômenos emergidos pelo contexto da convergência midiática (JENKINS, 2009) tem mudado as formas tradicionais de recepção de produção de conteúdo e levaram ao surgimento de uma forma inédita de se consumir informação. Hoje o mesmo conteúdo pode ser visto em diferentes plataformas e assumir diferentes significados para os receptores, acarretando

[1] Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.
[2] Mestranda em Comunicação pelo PPGCOM/UFJF, email: luizamellost@gmail.com

em mudanças que vão além da simples evolução tecnológica. A televisão foi um dos meios mais impactados pela convergência dos meios e vem se destacando ao tentar encontrar saídas para se inserir no novo contexto que se abre, criando um ecossistema midiático expandido e hibridizado. A facilidade em incorporar inovações (CAPANEMA, 2008) e a capacidade de absorver dentro de si outras linguagens ajudou neste processo. A TV resulta de misturas: o som do rádio, a imagem do cinema, a escrita do impresso. O poder de hibridação, tão forte nos dias atuais, sempre foi uma característica marcante da televisão. Dessa forma, a TV se expandiu ao adentrar o ciberespaço: o aparelho tradicional não é mais o único meio transmissor de conteúdo.

O aumento da participação dos usuários no meio online com a transformação da audiência passiva para uma audiência ativa, participativa e multitela, contribui para a expansão da televisão, potencializando seu poder de penetração e hibridização. A experiência televisiva está reconfigurada. A cultura de massa se transformou em uma cultura de rede geradora de novos produtos.

Por um momento, a convergência midiática pode nos faz pensar que apenas a internet recebe influências dos meios tradicionais. Entretanto, o fenômeno fez com que os limites entre os meios se tornassem estreitos, possibilitando que um meio influencie o outro e vice-versa. Nesse novo cenário midiático surgem novas possibilidades de se entender e mapear os caminhos que o tradicional fluxo televisivo permeia e se reconfigura ao adentrar o ciberespaço. Há a presença de diversos fluxos na mesma tela de intensidades diferentes que se interconectam a todo momento. A partir desse cenário televisivo transmídia surge um novo tipo de fluxo, no qual Ferreira (2015a) denominou de *fluxo de convergência bilateral*, onde, de forma cíclica, a TV e web geram conteúdos entre si e acabam se influenciando mutuamente.

Nesta pesquisa, identificamos como o fluxo de convergência bilateral se dá a partir desse novo ecossistema midiático que se faz presente na TV e na web. A escolha do Big Brother Brasil como objeto justifica-se: entre os programas brasileiros ele se destaca ao pensarmos no ambiente que emerge diante da convergência midiática. O objetivo deste artigo é refletirmos sobre o novo fluxo televisivo que se abre a partir da hibridação com o ciberespaço. Como a internet gera conteúdo para a TV e vice-versa? De que forma os diferentes fluxos se interconectam e o que resulta desse cruzamento? Como os conteúdos são expandidos e reconfigurados ao permear pelos diversos fluxos? Qual é o fluxo de conteúdo que passa entre essas múltiplas telas que hoje caracteriza a

experiência televisiva? As reflexões apoiam-se no novo conceito de fluxo de convergência bilateral, na comparação de fluxo na era da radiodifusão e nos dias atuais, e os fenômenos emergidos pela convergência midiática.

Pelo fluxo televisivo

A ideia de fluxo sempre se fez presente na experiência televisiva, porém tem se reconfigurado a partir do nosso cenário midiático. Seu conceito foi amplamente abordado na obra de Raymond Williams, de 1974, recentemente traduzida para o português. Para o autor, a experiência característica dos sistemas de radiodifusão é a de sequência ou fluxo. "Esse fenômeno de um fluxo planejado talvez seja então, a características que define a radiodifusão simultaneamente como uma tecnologia e uma forma cultural" (WILLIAMS, 2016, p. 97).

A televisão caracteriza-se por um fluxo intermitente de conteúdos. Segundo Cannito (2010, p.49), a TV é uma mídia de fluxo, no qual "se notabiliza pela reprodução incessante de conteúdo, de modo independente do espectador, em um fluxo unidirecional e regular". Ou seja, neste caso a exibição de conteúdo independe da vontade do telespectador, seu único poder é a possibilidade de mudar de canal e migrar para outro fluxo, porém, mesmo que ele decida desligar o aparelho, o fluxo permanece ininterrupto.

Esse tipo de fluxo regular, em tempo real e unilateral da televisão tradicional se dá a partir da grade de programação, com programas distribuídos em horários distintos e a repetição do mesmo. "O fluxo temporal é organizado pelo modelo convencional de repetição: cada dia tem 24 horas, cada semana tem sete dias" (CANITTO, 2010, p.51). Esse modelo, conhecido como a*ppointment TV* (MACHADO, 2011) difere dos conteúdos *on demand* que vemos hoje, onde é possível escolher o que assistir, como, onde e quando. Capanema (2009) ressalta que o conceito de grade de programação tornou-se obsoleto no ciberespaço, onde a programação torna-se extremamente flexível.

De acordo com o Williams, houve uma mudança da noção de sequência como programa para a noção de sequência como fluxo. Um programa de radiodifusão, para Williams e naquela época, seria uma série de unidades de tempo definido, de forma que, ao ligar a TV para aquela unidade, poderíamos selecionar e responder a ela individualmente. Posteriormente a concepção, acreditou-se que o que estava sendo

exibido era um fluxo planejado. "A verdadeira série não é a sequência publicada de programas, mas essa sequência transformada pela inclusão de outro tipo de sequência, de modo que essas sequências juntas compõe o fluxo real, a real 'radiodifusão'" (WILLIAMS, 2016, p. 100).

Dentre deste fluxo incluíram-se as publicidades nos intervalos entre as unidades de programa e as chamadas de programas que seriam exibidos em horários mais tarde ou em outro dia. Para ao autor, essa técnica tinha como objeto despertar interesse e reter os espectadores para uma sequência completa, de modo que, ao ligar a televisão a fim de assistir um determinado programa, o telespectador acabe assistindo aos programas que estão na sequência. Isso é estimulado pelo modo como o fluxo é planejado. Para o autor, o fenômeno do fluxo parece estar relacionado à própria experiência televisiva e é a característica central da TV.

Mais de três décadas depois da obra de Raymond Williams, se consideramos o fenômeno do fluxo baseado na grade de programação como a característica principal da televisão, conseguimos perceber a grande mudança que surge neste meio tradicional com a ruptura deste fluxo unidirecional e regular. A convergência das mídias e todos os novos fenômenos trazidos por ela, em especial as narrativas transmidiáticas e a cultura participativa, desafia a tradicional lógica de programação linear e em fluxo que, durante muito tempo, caracterizou a televisão. Surge a transformação do fluxo da radiodifusão para o fluxo expandido, híbrido que acontece através do consumo em múltiplas telas. Para Fechine (2013) o momento que estamos vivendo é de um intenso fluxo de conteúdo que perpassa diferentes mídias e que se reinventa a partir de cada uma delas.

Em suma, a expansão da televisão por diversas plataformas alterou o que antes era um fluxo contínuo, sequencial, em tempo real e planejado para um fluxo híbrido e bilateral, que flui por diversas plataformas, retorna, reconfigura e volta a circular.

Enquanto a TV segue um fluxo contínuo e independente da vontade do público, a internet é um meio predominantemente de arquivo e só funciona a partir da interação do usuário: a partir do clique, do acesso, da navegação que os conteúdos são exibidos (CANNITO, 2010). Na internet, o internauta personaliza o conteúdo e constrói seu próprio percurso de fruição (recepção) privilegiando um consumo individual de informação e/ou entretenimento (FECHINE, 2009). Porém, a televisão ainda segue uma narrativa de fluxo com pouca interatividade.

Outro ponto de mudança diz respeito aos espaços dos gêneros e formatos televisivos presentes no modelo de negócio da TV *network-brodcasting*. O tempo da *time-line* é substituído para o modelo chamado *timelink*, o que seria um novo tempo para TV digital no dizer de Stanley Teixeira e Pollyana Ferrari (2016).

Essa substituição sugerida pelos autores aponta para o declínio do fluxo tradicional televisivo baseado na grade de programação, proposto por Williams. Hoje, com a possibilidade da TV *on demand*, ou TV *EveryWhere* (TEIXEIRA; FERRARI, 2016), as pessoas assistem TV onde e quando quiserem. Há flexibilidade do tempo e um desprendimento em relação aos horários das emissoras, principal demanda dos novos telespectadores. O novo paradigma *timelink* defende que os conteúdos devem "sair da tela", ou seja, se expandirem por outras plataformas e originar narrativas transmidiáticas. A TV, neste caso, deve utilizar a web como uma extensão do espaço das informações. "O que podemos perceber é que o paradigma da 'timeline', algo de desgastes desde os anos 1970, atingiu seu limite de funcionalidade" (TEIXEIRA; FERRARI, 2016, p.253).

Fluxo de convergência bilateral

O fenômeno da convergência midiática nos faz pensar que apenas a internet recebe influências dos meios tradicionais. Entretanto, o fenômeno fez com que os limites entre os meios se tornassem estreitos, possibilitando que um meio influencie o outro e vice-versa. Nesse novo cenário midiático surgem novas possibilidades de se entender e mapear os caminhos que o tradicional fluxo televisivo, proposto inicialmente por Williams, permeia e se reconfigura ao adentrar o ciberespaço. Há a presença de diversos fluxos na mesma tela de intensidades diferentes que se interconectam o tempo todo. As novas produções televisivas que surgem nesse ambiente hibridizado fazem uso de multitelas e narrativas transmídias que possibilitam que um conteúdo desenrole-se "através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo" (JENKINS, 2009, p. 138).

A partir desse cenário televisivo transmídia surge um novo tipo de fluxo, no qual Ferreira (2015a) denominou de *fluxo de convergência bilateral*, onde, de forma cíclica, a TV e web geram conteúdos entre si e acabam se influenciando mutuamente.

> [...] percebemos que a internet influencia também a linguagem, estética e o conteúdo audiovisual da televisão, gerando um fluxo de convergência bilateral: a TV contribui com a internet, ao passo que a internet influencia a TV. Os gêneros televisivos com suas linguagens e narrativas já consolidadas vão reconfigurando sua estética e linguagem, promovendo uma forma de apresentação do conteúdo baseada na interação entre o usuário e emissora. (FERREIRA, 2015a, p. 9)

Para a autora, a televisão "está se adaptando à força da web, que remixa o que vem de todos os outros meios – imagem, texto e som - e a web a incorpora com maestria propagando conteúdos no labirinto do mundo digital" (FERREIRA, 2015b, p. 14). O uso desse novo fluxo, no qual um meio opera sobre o outro, tem como principal objetivo manter e fidelizar a audiência dos telespectadores-internautas ao interconectar os conteúdos nas diversas telas. Dessa forma, alguns programas estão percebendo a necessidade de desenvolver estratégias para disponibilizar seu conteúdo também na web, não somente repetido, mas muitas vezes reconfigurado.

Ao conceituar o fenômeno, Ferreira (2015a; 2015b) alinhou-o com as três leis que configuram a chamada "*ciber-cultura-remix*", proposta por Lemos (2005) e de que forma uma abrange a outra.

De acordo com Lemos (2005), o princípio que rege a cibercultura é a *re-mixagem*, que consiste em um conjunto de práticas sociais e comunicacionais de (re)combinações, apropriação e colagens a partir das tecnologias digitais. Os memes que circulam diariamente pelas redes sociais, são exemplos claros de *re-mixagem*, onde um conteúdo viraliza, recebe contribuições de outros usuários que compartilham novamente esse conteúdo. O *remix* é fruto de uma cultura de colaboração em rede fortemente presente nos dias atuais. Além disso, o fenômeno está associado ao hibridismo e a variação sobre um mesmo conteúdo, sendo ainda mais propício a este momento.

Lemos (2005) intitula como "*ciber-cultura-remix*" a nova configuração cultural que emerge no século XXI a partir dos avanços das novas tecnologias de informação e comunicação. Para ele, a cibercultura caracteriza-se por três "leis" fundadoras: a liberação do pólo de emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais (LEMOS, 2015).

A primeira lei, "liberação do pólo da emissão", se refere "a emergência de vozes e discursos, anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos *mass media*" (LEMOS, 2015, p.2). Ou seja, na *ciber-cultura-remix*, qualquer pessoas pode contribuir e participar do processo de produção, circulação e consumo de conteúdo.

A segunda lei defende que tudo está em rede e a rede está em todos os lugares. Ela começa a partir da popularização e expansão da utilização de dispositivos móveis e a era da ubiquidade: "tudo comunica e tudo está em rede" (LEMOS, 2015, p.3). Dessa forma, para se enquadrar nesta lei, é precisa está em rede e sua legitimação depende fortemente de uma cultura de participação. A criação de aplicativos por parte das emissoras e programas para interação dos usuários e a possibilidade de ver o que foi transmitido na TV a qualquer momento e em qualquer lugar faz parte deste princípio. A Globo, por exemplo, possui o aplicativo "Globo Play" que exerce essa opção, além de programas de *reality show*, como o The Voice e SuperStar que possuem aplicativos próprios para interação do usuário.

A terceira lei, de acordo com Lemos, é a lei da reconfiguração. Para o autor, a máxima desta lei é "tudo muda, mas nem tanto" (LEMOS, 2015, p.3), ou seja, as expressões da cibercultura são reconfigurações que não substituem necessariamente o anterior. "Por reconfiguração compreendemos a ideia de remediação, mas também a de modificação das estruturas sociais, das instituições e das práticas comunicacionais" (LEMOS, 2015, p.3). A adaptação no qual a televisão como meio tradicional está passando conforme exposto anteriormente, demonstra a "reconfiguração" proposta por Lemos na terceira lei que abrange a *ciber-cultura-remix.*

Dessa forma, ao alinhar o fenômeno do fluxo bilateral de convergência (Ferreira, 2015a; 2015b) com as leis que configuram a chamada "*ciber-cultura-remix*", proposta por Lemos (2005), podemos perceber que o primeiro abrange o segundo ao levarmos em conta que o novo fluxo está inserido na cultura participativa, onde todos podem produzir, circular e consumir conteúdo; se enquadra em uma ambiente em rede, conectado e permeia entre ele; e, por fim, contribui para a reconfiguração de formatos, conteúdo e da própria experiência televisiva.

O novo fluxo televisivo transmídia

Para Ferreira (2015b), os reality shows, como Big Brother Brasil, The Voice e SuperStar, potencializam o fluxo de convergência bilateral, de forma que a internet pauta a TV e influencia a programação televisiva.

De acordo com Fechine (2009, p.157), o gênero é "uma síntese de características da internet e da televisão, sendo, por isso, propensa para esse momento

de transição de modelos na TV". Da mesma forma, Jenkins ressalta que o atual sucesso do reality show força a indústria dos meios de comunicação a repensar algumas teorias. "Os reality shows são a primeira aplicação bem-sucedida da convergência midiática. A grande novidade que demonstrou o poder existente na interseção entre as velhas e novas mídias" (JENKINS, 2009, p. 93). O êxito desse formato pode ser explicado também pelo fato dele manifestar uma forma cultural que opera uma síntese de características da internet e da televisão, sendo, por isso, propensa para esse momento de transição de modelos na TV (FECHINE, 2009, p.157).

De acordo com Teixeira e Ferrari (2016), existem programas de baixa e alta perenidade. Os primeiros são aqueles que tendem a ser consumidos ao vivo, no mesmo momento em que são exibidos, quando o telespectador busca a melhor tela para acompanhar a transmissão. Já os de alta perenidade são aqueles em que o público não sente necessidade de assistir ao programa na hora em que ele é transmitido e a escolha da tela está mais relacionada ao prazer da experiência. Para as autoras, a maioria dos programas hoje é de alta perenidade, mas os reality shows não se enquadram a esta regra uma vez que possuem grande impacto sobre a audiência.

> No Brasil, eles [os reality shows] dominam as postagens no Twitter, os quase 50 milhões de tweets contabilizados pelo Ibope em 2015, 30% foram gerados pelos realities. Este formato é, portanto, mais um a figurar na lista de baixa perenidade, a ser consumido na hora em que a emissora transmitir (TEIXEIRA; FERRARI, 2016, p.255).

A seguir veremos de que forma o fluxo de convergência bilateral se deu no BBB17, exemplo de programa transmidiático que possui características explícitas da TV expandida.

A décima sétima edição do mais popular reality show brasileiro começou no dia 23 de janeiro e terminou dia 13 de abril de 2017, consagrando a participante Emilly a campeã do programa e a ganhadora do prêmio de 1,5 milhão de reais. A temporada foi apresentada por Tiago Leifert, substituto de Pedro Bial, que deixou o programa após comandar o programa por 16 edições.

A novidade para esta última edição foi a criação da #RedeBBB, uma estratégia transmidiática que consistia na criação e disseminação de informações relacionadas ao reality durante todo o dia em diversas plataformas com o propósito de repercutir conteúdos relacionados ao programa e manter o interesse e envolvimento dos consumidores e fãs. A #RedeBBB se expande por nove telas, sendo a TV Globo

atuando como mídia principal onde há a narrativa principal e por onde se dão os desdobramentos. As outras oito telas adicionais são: o site Gshow, o aplicativo Globoplay, o canal por assinatura Multishow, o *Pay-per-view* e as redes sociais Facebook, Instagram, Snapchat (criada em 2017) e Twitter. O usuário podia acompanhar os destaques do programa por meio das redes sociais que tinham conteúdo durante todo o dia sobre os acontecimentos da casa e as polêmicas (festas, brigas, casais), que sempre geram bastante discussão nas redes.

Dentro do que o reality show denomina de #RedeBBB existiam quatro programas transmidiáticos que ofereciam conteúdos complementares ao BBB: Boletim BBB, Bate Papo BBB, Mesa Redonda e Plantão BBB. Todos eles eram transmitidos nas plataformas online do programa e usados para comentar os principais acontecimentos da casa e os assuntos que eram mais falados nas redes sociais. Na Mesa Redonda, por exemplo, personalidades da internet, ex-BBBs e eliminados do BBB17 eram convidados para opinar, torcer, elogiar, criticar e conversar sobre o reality. Além disso, o apresentador, Rafael Cortez, interagia em tempo real com os usuários pela *hashtag* #RedeBBB, comentava e mostrava o que os internautas estavam falando sobre o programa e evidenciava as *fandons*. Já nesses exemplos podemos observar claramente como o conteúdo transmitido na televisão influencia e, principalmente, pauta a web, caracterizando o fluxo de convergência bilateral proposto por Ferreira (2015a). Além disso, mais do que um influenciando o outro meio, temos na verdade uma hibridação e convergência entre os dois fluxos. Nos programas feitos para a web também se falava dos comentários e publicações dos fãs nas redes sociais a respeito dos acontecimentos transmitidos na primeira tela. Ou seja, a web serve de insumos para a própria web e ainda é pautada pela TV. Outra maneira de enxergar a interconexão dos fluxos se dá no momento em que o conteúdo transmitido na TV se repete nos programas da web (figura 1).

Figura 1 – Mesa Redonda exibida no dia 8 de março de 2017.

Porém, o inverso também acontece: o programa exibido ao vivo na televisão trazia elementos da internet. Os comentários e assuntos abordados pelas *fandons* eram frequentemente mencionados no programa televisivo, caracterizando o fluxo de convergência bilateral. O exemplo mais claro da convergência da televisão com a internet foi o quadro #BBBSemModeração, que ia ao ar toda terça-feira durante o programa. Nele, Rafael Cortez fazia um resumo de tudo que estava acontecendo na segunda tela, com vídeos e comentários dos usuários. Apesar desse quadro já ter feito parte do programa em outras edições, dessa vez ele evidencia mais a participação dos usuários de forma menos censurada[3].

Além do quadro específico para se falar do que está acontecendo na segunda tela, referências e recursos específicos da internet pautavam o conteúdo usado durante os quadros do programa, como nos exemplos a seguir (figuras 2 e 3).

[3] Em alguns episódios, o apresentador Rafael Cortez mencionou outras emissoras em seu discurso, além de, à primeira vista, o quadro aparentar abordar assuntos que são de fato destaque entre os fãs nas redes sociais, mesmo quando são polêmicas. Algumas críticas ao programa também eram faladas.

Figura 2 - Programa exibido no dia 7 de março de 2017.

Figura 3 - Programa exibido no dia 7 de março de 2017.

A figura 2 faz referência a um meme que viralizou na internet e recebeu diversas remixagens. Já a figura 3 diz respeito ao vídeo que o Facebook faz para comemorar o tempo de amizade entre duas pessoas contando a partir do dia em que elas

se adicionaram na rede social. Nos dois casos o programa usou de recursos e da linguagem do ciberespaço para abordar um fato da casa, como o comportamento do Rômulo (figura 2) e o fim da amizade entre Roberta e Emilly (figura 3). Usar esse tipo de conteúdo híbrido não interfere no entendimento do telespectador, mesmo se pessoa não acompanhar as redes sociais. Ela pode não entender a associação que o programa fez, porém, vai conseguir assimilar a mensagem que queria ser passada. Em contra partida, aquele telespectador que está na primeira e segunda tela e acompanha o fluxo TV-web, consegue ter uma experiência reconfigurada, mais rica e complexa ao perceber a interconexão dos fluxos e de conteúdos. Essa convergência aproxima e conectam as duas telas, fazendo emergir o fluxo de convergência bilateral.

Outro ponto onde podemos identificar o fenômeno surge no discurso do apresentador do programa, Tiago Leifert. Ele se denomina como um porta-voz dos internautas, falando de forma subjetiva sobre o que eles estão comentando nas redes sociais sobre o programa e os participantes. Principalmente no discurso de eliminação e em pontos isolados durante seu contato com os participantes da casa, Tiago Leifert comenta sobre o que os usuários estão achando certo, errado, o que para eles importa ou não, entre outras coisas que podem ajudar os *brothers*. Dessa forma, o conteúdo que circula na web acaba pautando a TV.

Além disso, há diversos exemplos onde podemos identificar o fluxo convergente bilateral. Um meme que é tirado do programa na TV e viraliza no Twitter pode ser remixado e voltar para a TV por meio do discurso do apresentador ou nos quadros do programa. E o inverso também pode acontecer, como vimos no exemplo da figura 2, onde um meme viralizado na web pautou a TV. Além disso, como já mencionado, é comum que algum comentário feito pelos fãs nas redes sociais, como *shippagens*, memes ou respostas sobre um tema polêmico, seja usado no quadro do Rafael Cortez, “BBB sem moderação”. Até mesmo uma imagem do *pay-per-view* que foi replicada no Twitter antes mesmo de ser exibida na TV aberta caracteriza o fluxo de convergência bilateral.

Todos esses exemplos analisados nos faz perceber que o Big Brother Brasil se caracteriza como um programa transmidiático que habita o fluxo comunicacional entre TV e web, no qual um conteúdo é expandido da TV para o ciberespaço, reconfigura-se e volta para a TV, uma mídia influenciando e pautando a outra.

Considerações Finais

Desde os anos 90 e o surgimento da convergência midiática, a internet vem modificando e impactando progressivamente o hábito de assistir TV. O novo ambiente audiovisual que surge intercala múltiplas telas no seu consumo. No encontro de dois universos distintos, TV e internet, surgem diferentes fluxos que se interconectam e por onde o conteúdo permeia, ora se repetindo ora expandindo, reconfigurando a comunicação e experiência televisiva.

Estamos na era dos fluxos, do virtual e do real, que convergem como se fossem um só. Vivemos um momento de transição, onde a ideia de fluxo, modificada pelas novas tecnologias, surge no seu significado mais puro: a movimentação e fluidez da informação que caracteriza o novo ambiente midiático e a nova televisão hiperconectada, híbrida e transmídia. O mundo contemporâneo é cada vez mais flutuante, está em constante movimento, em fluxo. As informações, o conteúdo, nada mais é fixo, tudo está em movimento, sendo compartilhando, propagado, remixado.

Percebemos neste artigo que ao mesmo tempo em que os programas expandem seu alcance para a web, a internet também está invadindo a primeira tela. Aliás, essa divisão entre primeira e segunda tela cada vez mais caminha para seu desaparecimento ao levarmos em conta que não há primeira ou segunda opção de consumo, tudo está interligado e conectado. Os fluxos que envolvem a TV e web se misturam.

Os produtos transmidiáticos se adaptam facilmente ao novo fluxo, já que ajuda a guiar o usuário para assistir à TV e o telespectador a consumir conteúdo na web e, mais do que isso, contribui para que tanto usuários quanto telespectadores sejam, no final das contas, a mesma coisa, consumindo ambas as mídias ao mesmo tempo, equiparando novamente o que denominamos como segunda e primeira tela.

Identificamos neste artigo como programas televisivos, como o BBB, estão utilizando o fluxo de convergência bilateral para expandir seu universo e conteúdo e engajar seu público. Ao analisa-lo, conseguimos perceber que o fluxo se dá de forma natural e quase imperceptível, ou seja, já faz parte da experiência televisiva dos consumidores. Dessa forma, é importante destacar que, cada vez mais, programas e emissoras precisam entender e apostar nesse novo tipo de narrativa se quiserem acreditar na sobrevivência da televisão.

Referências

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

CAPANEMA, Letícia. **A televisão no Ciberespaço**. São Paulo, 2009.

_____. **A televisão expandida**: das especificações às hibridizações. Ver. Estud. Comum., Curitiba, v. 9, n. 20, p. 193-202, set./dez. 2008

FECHINE, Yvana, *et al*. Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira?** Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FECHINE, Yvana. A programação da TV no Cenário de Digitalização dos Meios: configurações que emergem dos Reality Shows. In: FREIRE FILHO, João**. A TV em transição***:* tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FERREIRA, Soraya. **Reconfiguração da TV broadcasting na Web**: "The Voice Web" e "G1 em um minuto". In: XIII ENCONTRO REGIONAL DE COMUNICAÇÃO, 13, 2015. Juiz de Fora. Anais... Juiz de Fora: 2015. p. 655-671. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2016/06/ANAIS-ERECOM-2015.pdf>. Acesso em 18 abr. 2017.

FERREIRA, Soraya. **TV na Web**: estratégias interativas em emissora com tradição televisiva. In: XIX ENCONTRO DA SOCINE, 2015. Campinas. Anais... Campinas, 2015. 15 p. Disponível em: <https://associado.socine.org.br/anais/2015/15427/soraya_maria_ferreira_vieira/tv_na_web_estrategias_interativas_em_emissora_com_tradicao_televisiva>. Acesso em 18 abr. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Ciber-cultura-remix**. Universidade Federal da Bahia, UFBA. Disponível em: < http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf> Acesso em 18 abr. 2017.

MACHADO, Arlindo. **Fim da Televisão?** Revista Famecos. Mídia e Tecnologia. Porto Alegre: PUCRS, janeiro/abril2011.

TEIXEIRA, Stanley; FERRARI, Pollyana. TV digital x internet: concorrentes ou aliados? In: SANTAELLA, Lúcia. **Novas formas do audiovisual.** São Paulo: Estação das letras e Cores, 2016.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. Tradução: Marcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1 ed. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: PUCMinas, 2016.