

Convergência jornalística em tempos de Covid-19: uma análise do telejornal JPB1 da Rede Paraíba de Comunicação¹

Thaise da Silva Carvalho SERRANO²
Luis Augusto de Carvalho MENDES³
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

RESUMO

A convergência, presente em diversas áreas do conhecimento, inclusive na comunicação, é considerada hoje primordial no mundo globalizado e digital. Por isso, o presente artigo tem como objetivo analisar se o telejornal JPB1, da Rede Paraíba de Comunicação, filial da Tv Globo na Paraíba, realiza convergência jornalística, em materiais relacionados à covid-19, nas dimensões tecnológica, empresarial, profissional, de conteúdo entre os demais veículos que compõe a empresa na qual faz parte. Delimitando o corpus, analisamos seis dias, nos quais foram exibidos 96 conteúdos, sendo 29 deles relacionados à covid e 12 com características de convergência. A partir da análise, observamos que o telejornal realiza apenas a convergência nas dimensões tecnológica e de audiência, o que demonstra que o JPB1 ainda explora a modalidade de maneira limitada.

Palavras-chave: Telejornalismo; Convergência; Rede Paraíba de Comunicação; JPB1.

INTRODUÇÃO

A convergência contempla diversos campos de atuação e na comunicação não é diferente. Ao longo do tempo, o ofício jornalístico passou por diversas transformações e com as tecnologias, a internet e a sociedade em rede as mídias expandiram sua maneira de atuar, informar e de se relacionar com o público (CASTELLS, 2011).

Além dos veículos de comunicação de massa tradicionais, como TV, rádio e impresso, jornalistas passaram a produzir conteúdos informativos e noticiosos para a internet, surgindo assim o jornalismo digital. E com essa nova plataforma comunicacional os profissionais deste segmento tiveram que se adequar, produzindo materiais com uma linguagem específica, tendo diferentes possibilidades de narrativa, como também uma nova maneira de interagir com a sua audiência.

A convergência midiática se transformou a partir destes elementos definidores da própria cibercultura que elevaram a relação entre tecnologia e sociedade no

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo, da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. E-mail: isecarvalho@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor Luis Augusto de Carvalho Mendes, e-mail: luisaugustomendes@gmail.com

... mundo contemporâneo flexibilizando os processos de criação, dos quais o jornalismo também convive com essa confluência das tecnologias digitais em sua prática e processualidades. (FIRMINO, 2013, p. 54)

Em práticas cotidianas como a apuração, produção e distribuição das matérias, muitos processos tiveram que ser adaptados, levando em consideração a instantaneidade que a internet nos trouxe e a nova maneira da sociedade consumir conteúdos e interagir. Através do jornalismo digital, o público passou a participar muitas vezes de maneira ativa no processo comunicacional, seja compartilhando materiais e informações, como também criticando a atuação dos veículos de comunicação tradicionais ou digitais.

Nesse cenário, a convergência veio para somar, para expandir o ramo de atuação dos meios de comunicação, de permitir a produção de conteúdo através de uma redação integrada e desta forma alcançar diferentes públicos. Segundo Jenkins, “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 29-30).

Com isso, vieram também algumas consequências, como a imposição do chamado “jornalista multitarefas”, prática que colaborou para a redução do número de pessoas nas redações e estimulou os que ficaram a produzir cada vez mais. “Antes, uma rede atuava como suporte para a prestação de um único serviço. Agora, com o avanço da tecnologia, constata-se a tendência de uma mesma rede oferecer mais de um serviço” (MATTOS, 2013, p. 54). Mas como o objetivo deste estudo é analisar a convergência realizada pelo telejornal JPB1 e não as consequências causadas pelas novas formas de trabalho, não aprofundaremos nesta discussão.

A partir deste contexto, analisamos, neste artigo, como o telejornal JPB1, da Rede Paraíba de Comunicação, filial da Tv Globo na Paraíba, realiza convergência jornalística sobre conteúdos relacionados à Covid-19, entre os demais veículos que compõe o grupo o qual faz parte.

De forma específica, estudamos como a convergência jornalística tem sido utilizada pelo telejornal; comparamos com o modelo de convergência proposto por Salaverría, García Avilés e Masip (2010); e avaliamos o uso do método para estimular as pessoas a consumirem materiais de outros meios ou plataformas da empresa a qual faz parte. Antes de apresentarmos o método, faz-se necessário a contextualização do cenário jornalístico diante da Covid-19, como detalhado a seguir.

Covid-19: impactos e divulgação dos dados à população

No final de fevereiro de 2020 o Brasil registrou o primeiro caso do vírus SARS-CoV-2, dois meses depois de autoridades chinesas terem emitido o alerta à Organização Mundial da Saúde sobre uma série de casos de pneumonia em Wuhan, a sétima maior cidade da China, com 11 milhões de habitantes. Na época, a OMS já havia decretado situação de emergência, o Governo Federal tinha sancionado a Lei da Quarentena e o Ministério da Saúde e a Fiocruz estavam realizando capacitações técnicas para o diagnóstico laboratorial do novo Coronavírus.⁴

Na Paraíba, de acordo com dados da Secretaria de Estado da Saúde (SES), o primeiro caso suspeito surgiu dia 25 de fevereiro de 2020, mas só em 18 de março houve a primeira confirmação⁵. Na época, o governo estadual já havia decretado Situação de Emergência e criado um Comitê de Gestão de Crise, coordenado pela SES e Gabinete do Governador, contando com a participação de vários órgãos e secretarias do Estado⁶.

A partir da confirmação, a Secretaria de Estado da Saúde passou a publicar diariamente um boletim epidemiológico com as principais informações do Coronavírus no Estado. O material apresenta o número de casos confirmados, de casos descartados, de óbitos, casos recuperados, total de ocupação de leitos, informações sobre as vítimas fatais da doença, além dos dados referentes à vacinação. Através da divulgação dessas informações, os veículos de comunicação passaram a produzir diversos conteúdos, informando à população sobre o alastramento do vírus na Paraíba (SERRANO; SILVA, 2021).

Além do boletim epidemiológico, no site do Governo do Estado são disponibilizados outros dados relacionados à Covid-19, como o plano Novo Normal, gestão de leitos, contratações em período de pandemia, prestação de contas, evidências científicas, materiais de combate a Fake News, além de matérias relacionadas ao tema. E são essas informações e entrevistas com gestores estaduais que os veículos de comunicação utilizam para informar a população a realidade da pandemia na Paraíba.

⁴ Matéria disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/brasil-apresenta-acoes-para-enfrentamento-do-novo-coronavirus>. Acesso em 07 de fevereiro de 2022.

⁵ Matéria publicada no site: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/paraiba-confirma-primeiro-caso-de-coronavirus>. Acesso em 02 de fevereiro de 2022.

⁶ Matéria publicada no site: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/coronavirus-joao-azevedo-decreta-situacao-de-emergencia-e-cria-comite-gestor-de-crise>. Acesso em 02 de fevereiro de 2022

Cientes da importância da divulgação de informações relacionadas à Covid-19 e do potencial da convergência para atingir diversos públicos em diferentes plataformas, acreditamos que essa pesquisa se faz necessária, tanto para analisar como o JPB1 realiza essa dinâmica, como também se estimulam o seu público a consumirem conteúdos produzidos pelos demais veículos que compõe a Rede Paraíba de Comunicação.

Para entendermos melhor a convergência no jornalismo, contextualizaremos o presente artigo, buscando compreender o seu conceito, tipos e sua aplicabilidade através de uma redação integrada.

Convergência jornalística e redação integrada – conceito, dimensões e aplicabilidade

A convergência abrange várias áreas e campos de atuação e sua conceituação também é vasta, variando de acordo com quem a estuda e o contexto que está inserido. “o termo convergência vem originalmente do mundo da ciência e da matemática” (GORDON, 2003 p. 57). O termo está atrelado ao cientista inglês William Derham, que contribuiu para o estudo da física no século XVIII e também foi utilizado por Charles Darwin na obra *Origem das Espécies*, em 1866. “Convergência é um conceito que está em evolução de maneira emergente em várias partes do mundo. A definição do termo varia dependendo da perspectiva de quem a estuda” (RASÊRA, 2010, p. 3). Ainda segundo a pesquisadora (2010), esse conceito muda de acordo com a cultura, país e ambiente em que a convergência está inserida. Jenkins (2009) também considera a convergência um termo esquivo, usado em diversos contextos e por isso acaba sendo difícil a sua definição “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e sobre o que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p. 29).

Larry Pryor, segundo Rasêra, defende que:

convergência é o que acontece na redação quando a equipe editorial trabalha em conjunto para produzir diferentes produtos para múltiplas plataformas a fim de atingir a massa com conteúdo interativo 24 horas por dia, 7 dias por semana. (RASÊRA, 2010 p. 4 apud QUINNS, 2005)

Para Ramirez, (2020, p. 12) convergência “deve ser entendida como um momento na evolução do desenvolvimento tecnológico da mídia”.

Quanto a sua aplicabilidade nas mídias digitais, o termo foi introduzido na década de 70 por Nicholas Negroponte⁷, onde “convergência era a palavra utilizada para mostrar que a então tímida interseção entre os três principais ramos da comunicação e informação se tornaria, até o ano 2000, uma tendência dominante”. (FIDLER, 1997 apud GARSON, 2019, p.59).

Jenkins (2009), afirma no livro *Cultura da Convergência* que o cientista político Ithiel de Sola Pool foi o profeta de convergência dos meios de comunicação “*Technologies of Freedom* (1983) foi provavelmente o primeiro livro a delinear o conceito de convergência como um poder de transformação dentro das indústrias midiáticas (JENKINS, 2009 p. 35).

Ainda sobre a conceituação de convergência na área comunicacional, Rasêra (2010) afirma que há uma discrepância entre a literatura academia e a profissional.

A literatura acadêmica tende a inclinar-se para definições que abrangem diversas áreas da comunicação social e, portanto, tendem a ter definições mais amplas e multidimensionais. Por sua vez, as definições profissionais tendem a ser mais reducionistas e muitas vezes limitadas aos aspectos logísticos da mídia, em especial, o funcionamento das redações e dos processos de produção. (RASÊRA, 2010, p. 3)

Sendo assim, o conceito de convergência na área jornalística se refere a um processo de integração de meios de comunicação tradicionalmente separados que afeta as empresas, a tecnologia, os profissionais e o público em todas as fases de produção, distribuição e consumo de conteúdos de qualquer tipo (SALAVERRÍA, GARCIA AVILÉS, MASIP, 2010). Na definição desses, convergência jornalística é:

um processo multidimensional que, facilitado pela ampla implementação de tecnologias digitais em telecomunicações, afeta o campo tecnológico, empresarial, profissional e editorial da mídia, promovendo uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens previamente desagregadas, para que jornalistas elaborem conteúdos que sejam distribuídos em múltiplas plataformas, utilizando as linguagens de cada uma. (SALAVERRÍA; GARCÍA AVILÉS; MASIP, 2010, p. 59).

Quanto ao consumidor, seu papel também foi ressignificado com a convergência. Além de assistir a um telejornal, ele pode acessar a internet para rever o que achou mais interessante naquele conteúdo, ou até mesmo ter acesso a mais informações disponibilizadas em outros formatos. Por isso, muitos sistemas de comunicação têm

⁷ Nicholas Negroponte é um cientista americano, arquiteto, escritor e professor universitário, estudioso e defensor do avanço tecnológico.

atuado em várias plataformas, produzindo conteúdo para estes meios e atingindo um número maior de pessoas.

Rasêra (2010) explica que com o surgimento do jornalismo digital no Brasil, em meados de 1990, a convergência passou a ser considerada possível, mas ainda distante do cotidiano das redações midiáticas. A visão a esse fenômeno estava sempre atrelada ao digital e os conteúdos eram apenas transpostos para outras mídias. Com o tempo o contexto mudou.

os sites noticiosos passaram a não somente reproduzir o conteúdo divulgado em sua versão impressa, mas também a disponibilizar informações adicionais sobre o assunto que não foi incluído na versão impressa, ou informações complementares, como por exemplo: vídeos, animações, entre outros recursos multimídia (RASÊRA, 2010, p. 2).

Programas televisivos passaram a disponibilizar seus arquivos em sites do mesmo grupo empresarial. Programas radiofônicos também utilizavam entrevistas feitas pela TV em sua programação jornalística. E sobre esses modelos e reconfigurações Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010) classificam a convergência jornalística em quatro aspectos: tecnológico, empresarial, profissional e de conteúdos e de audiências.

O aspecto tecnológico é crucial para a realização da convergência. Foi através dela que houve o processo de transformação dos veículos tradicionais no fazer jornalístico, a integração dos meios tradicionais com os digitais e a integração das telecomunicações, as indústrias da edição, televisão, filme ou software. É a convergência tecnológica que permite que o conteúdo digital seja facilmente distribuído por diferentes plataformas. Ela pode acontecer através de canais de distribuição, combinação de textos, imagens, som. Neste quesito, “a convergência implica no desaparecimento das fronteiras tradicionais entre estes setores e a confluência de plataformas de mídia, onde novos conteúdos e formulários” (SALAVERRÍA, AVILÉS E MASIP, 2010, p. 4).

Já a dimensão empresarial é composta por empresas que diversificam as suas atividades, ou seja, possuem vários tipos de veículos de comunicação, que alteram suas rotinas e modelos de negócio e através de uma redação integrada diversifica os seus canais de distribuição. Neste contexto, a televisão utiliza conteúdos de portais do grupo para complementar uma de suas matérias ou o inverso; um programa de rádio também produz uma matéria e utiliza a entrevista realizada pelo telejornal da mesma empresa. São diversos meios que colaboram para uma atuação diversificada, gerando melhorias para o

grupo empresarial em aspectos mercadológicos e econômicos, como também atingindo públicos que consoem conteúdos de diferentes formas, em diferentes meios.

A convergência profissional abarca as alterações no trabalho dos jornalistas, em como eles atuam dentro e fora das redações e muitas vezes para diferentes meios. A multiplicação de canais também provoca alterações na hora de conceber a informação e distribuí-la (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010). Hoje em dia é comum vermos profissionais atuando em diferentes veículos para o mesmo grupo. Um repórter do portal participando ao vivo de um telejornal, comentando as notícias de destaque do seu veículo; o repórter da TV também é repórter na rádio e com isso produz conteúdo para os dois. Esses são alguns exemplos de convergência profissional que acabou se tornando comum com a chegada do jornalismo digital.

E por fim, a dimensão de conteúdo e audiência aborda as alterações nos formatos, linguagens e estilos dos materiais produzidos pelos jornalistas. Isso inclui produções personalizadas, com novas narrativas, utilizando recursos multimídia, infográficos e novas maneiras também de propagar essas produções. Com isso, o público também mudou a sua maneira de consumir conteúdos, seja migrando para novos canais de comunicação, seja interagindo de maneira ativa e instantânea. Esse processo de participação leva ao a ação de propagabilidade/espalhamento, ou seja, uma seleção subjetiva que as pessoas, conectadas em redes, fazem para espalhar informações nas redes pessoais e coletivas (JENKINS; FORD; GREEN, 2014).

Segundo Araújo (2015), para que a convergência aconteça existem diversas condições e uma delas é a redação integrada “esse modelo de redação ‘única’ foi adotado quando se percebeu a necessidade do jornalista ‘empacotar’, nos sites, as informações noticiadas em outros veículos de comunicação do mesmo grupo” (ARAÚJO, 2015, p. 20).

A seguir, explicaremos o método adotado para a nossa análise e a delimitação do corpus para comprovar ou não a nossa hipótese.

Procedimentos metodológicos

A partir de uma abordagem qualitativa e exploratória, o presente artigo tem como finalidade analisar se o JPB1 coloca em prática a convergência entre o telejornal e os demais veículos que compõem a empresa.

Para tanto, hipotetizamos que o telejornal realiza ações de convergência em poucas dimensões, sem adaptar corretamente os conteúdos e utilizar as linguagens adequadas para o referido meio. Para confirmar ou não essa hipótese, levamos em consideração as dimensões de convergência elencadas por Salaverría, García Avilés e Masip (2010): tecnológica, empresarial, profissional, de conteúdo e audiência.

Delimitando o corpus

Após o levantamento bibliográfico sobre a temática, analisamos o conteúdo do telejornal relacionado à Covid-19 entre 7 e 12 de fevereiro de 2022, disponibilizados na plataforma streaming Globoplay. A semana analisada foi escolhida de maneira aleatória e ao longo desse período 96 conteúdos foram exibidos, sendo 29 deles relacionados à Covid-19 e 12 com características convergentes. Foram eles:

Tabela 1. JPB1: conteúdos exibidos

JPB 1						
Datas	07/02	08/02	09/02	10/02	11/02	12/02
Conteúdos exibidos	20	17	15	16	16	12
Conteúdos relacionados à covid-19	10	4	5	4	5	1
Conteúdo com características de convergência	5	3	2	0	2	0

Fonte: autoria própria

07/02⁸ – Hospital do Valentina pode se tornar exclusivo para crianças com Covid-19, em João Pessoa; Secretário de saúde da PB fala sobre o aumento na ocupação de leitos; Veja os comentários dos telespectadores no JPB; João Pessoa segue vacinando crianças de 5 a 11 anos sem comorbidade; Entrevista ao vivo com Secretário de Educação de Campina Grande.

08/02⁹ – Hospital de Valentina passa a atender apenas crianças com Covid-19; Hospital de Clínicas chega a 80% das UTIs ocupadas, em Campina Grande; Saiba como está o atendimento nas Upas de João Pessoa.

09/02¹⁰ – Especialista explica como é a testagem de Covid-19 em crianças; Ministério Público recomenda novo decreto para Campina Grande.

⁸ Conteúdos analisados disponíveis em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/07-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

⁹ Conteúdos analisados disponíveis em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/08-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

¹⁰ Conteúdos analisados disponíveis em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/09-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

10/02¹¹ – Nenhum com características de convergência

11/02¹² – Covid-19: testagens acontecem na Uniesp com agendamento; Veja os comentários dos telespectadores no JPB.

12/02¹³ – Nenhum com características de convergência.

O conteúdo coletado foi analisado a partir das seguintes categorias: i) integração com os portais e plataforma streamig (g1, Jornal da Paraíba, ge Paraíba e Globoplay); ii) integração com as rádios (CBN e Cabo Branco FM); iii) integração com as redes sociais para relacionamento com a audiência; iv) participação de repórteres ou colaboradores através de recursos tecnológicos (links ao vivo).

O programa televisivo JPB1 faz parte da programação das TVs Cabo Branco e Paraíba, veículos pertencentes à Rede Paraíba de Comunicação. Além da TV, o grupo também é composto pelos portais g1 Paraíba, ge Paraíba, Jornal da Paraíba, Rádio Cabo Branco FM e Rádio CBN João Pessoa e Campina Grande. Embora todos estejam em um mesmo ambiente físico, seja em João Pessoa ou Campina Grande, a redação não é completamente integrada e para trocar informações e até definir participações nos programas jornalísticos do grupo, os profissionais realizam reuniões por turno e mantém um grupo na rede social Whatsapp.

JP1 no contexto da convergência

Com apresentação do jornalista Danilo Alves, o telejornal JPB1 é exibido de segunda a sábado, a partir das 11h45, na programação das TVs Cabo Branco e Paraíba. Com cerca de 1h05 de programação (a depender da grade nacional da Globo), o programa apresenta as principais notícias do dia no estado, além de comentar fatos políticos e oferecer serviços e soluções para a comunidade através de quadros como o Calendário JPB, Chef JPB, É da Família e Qual é a Boa?.

Para a produção, além do apresentador, o programa conta com cerca de 25 profissionais, entre editores, produtores, repórteres, cinegrafistas de estúdio e externa, operadores de áudio, TP e caracteres.

¹¹ Conteúdos analisados disponíveis em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/10-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

¹² Conteúdos analisados disponíveis em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/11-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

¹³ Conteúdos analisados disponíveis em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/12-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

Partindo para a análise do conteúdo, quanto à dimensão tecnológica, a mesma aconteceu 12 vezes, em quatro dias da semana, através das entradas dos repórteres ao vivo em diferentes pontos das cidades de João Pessoa e Campina Grande. Essa participação foi possível graças ao mochilink, equipamento para transmissões ao vivo chamado LiveU, que permite a distribuição de vídeos de alta qualidade através de unidades portáteis, utilizando um chip 3G para as transmissões. Além disso, a maioria dos repórteres também utilizaram aparelhos celulares que lhe davam suporte nas informações compartilhadas. Também consideramos convergência tecnológica a participação dos telespectadores através da rede social *Whatsapp*, visto que a mesma necessita de pelo menos um aparelho smartphone com o aplicativo de mensagens e internet, para que a mensagem transmitida no programa chegue até a produção do telejornal. Neste momento, podemos citar também o telão que exibe as mensagens, que contém aparatos tecnológicos para a recepção da imagem e transmissão da mesma no estúdio do JPB1.

Figura 1: exemplo de convergência em dimensão tecnológica, com repórter entrando ao vivo através do mochilink e aparelho celular.



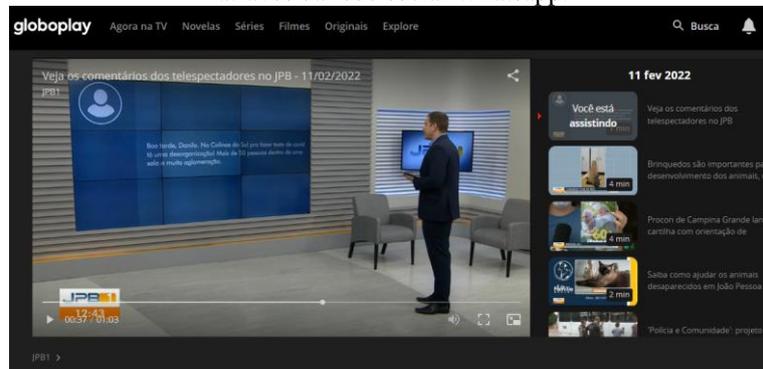
Fonte: Globoplay (07/02/2022)¹⁴

Já a convergência na dimensão de audiência aconteceu em apenas dois dias da semana, através do envio de mensagens de telespectadores para a rede social *Whatsapp*, exibidas durante a programação do JPB1. Quando ao conteúdo, uma pessoa comentou sobre eventos públicos que foram liberados, ajudando a propagar o vírus no estado; outra sobre a falta de vacinas nos municípios de Santa Rita e Areia; uma terceira sobre a

¹⁴ Captura de tela em: <https://globoplay.globo.com/v/10278434/?s=0s>

dificuldade para agendar o teste de Covid; e por fim uma sobre a desorganização nas filas para fazer o teste em alguns bairros da capital.

Figura 2: exemplo de convergência em dimensão de audiência, com a participação do telespectador através da rede social Whatsapp.



Fonte: Globoplay (11/02/2022)¹⁵

Em nenhum dos dias selecionados para este artigo, o telejornal explorou conteúdos de veículos do grupo, nem participações de profissionais dos portais ou rádio. Com isso, não foi possível registrar a convergência em dimensões empresarial e profissional.

Todos os conteúdos exibidos ao longo da semana no JPB1 foram disponibilizados na plataforma GloboPlay. Porém, como não houve nenhuma adaptação ou mudança no formato do mesmo, a ação é considerada uma transposição.

Considerações finais

Embora se considere a convergência um processo de gradação e cada mercado, empresa ou mídia tenha o seu nível, constata-se que o telejornal JPB1 explorou apenas duas das cinco dimensões de convergência propostas por Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010).

Sabendo-se do potencial que a Rede Paraíba de Comunicação tem, com oito veículos jornalísticos integrados e presença na TV, Rádio e Web, sem dúvidas a aplicação das demais dimensões iria colaborar na audiência da empresa, estimulando telespectadores, ouvintes e usuários a consumirem conteúdos além do que estão assistindo naquele momento.

¹⁵ Captura de tela em: <https://globoplay.globo.com/v/10293193/>

Do ponto de vista empresarial, a convergência pode gerar inúmeras vantagens, como ampliar a atuação em diferentes meios e com isso aumentar a possibilidade de negócios. Sem falar na capacidade de distribuição para públicos em diferentes plataformas e contextos, seja através de veículos tradicionais ou digitais.

A convergência realizada de maneira assertiva pode ser uma excelente opção para quem produz conteúdo e também para quem o consome. Através dela, uma matéria na TV pode ser complementada em um portal com maiores informações, infográficos, hiperlinks, estimulando a interatividade; um conteúdo do portal pode ser repercutido ao vivo pelo próprio repórter ou comentarista que o produziu, trazendo maior riqueza de detalhes e estimulando o público a acessar o conteúdo na plataforma digital. O programa radiofônico pode repercutir notícias de destaque com profissionais dos demais veículos jornalísticos da empresa e com isso estimular reflexões e acesso dos ouvintes aos conteúdos citados. O profissional da rádio pode também participar ao vivo do telejornal trazendo um fato que será repercutido em sua programação, estimulando o telespectador a migrar para o seu veículo comunicacional também.

A utilização de maneira limitada da convergência pode acontecer por diversos fatores, como a ausência de uma redação totalmente integrada, profissionais que ainda não estão capacitados para a realização dela, falta de aparatos tecnológicos, pouco investimento para a realização desse processo e sem dúvidas mais mão de obra. Muitas empresas confundem aplicar a convergência com exigir que o profissional produza para todos os veículos pertencentes ao grupo, o que sobrecarrega o jornalista e até compromete a qualidade do conteúdo e suas adaptações para cada veículo comunicacional.

Ramirez (2020) já traz à tona discussões acerca da pós-convergência, onde para ele o conceito básico já se tornou insuficiente para analisar os fenômenos das mídias nos dias atuais e futuros. Mas por aqui, ao menos a nível regional, continuamos convergindo a passos lentos.

Defende-se aqui que a presente pesquisa atendeu aos seus objetivos, porém está limitada a análise de um único telejornal de um grupo empresarial filiado a Rede Globo, com foco no Estado da Paraíba. Além de seu recorte epistemológico se tratar da análise de uma temática, em um período curto. Assim, as análises aqui realizadas configuram apenas uma realidade regional, que não pode ser generalizada para as demais situações do país, sendo valiosa para compor um cenário em conjunto com outros estudos que abordem as mesmas estratégias metodológicas ou tema.

Através de outros estudos, seria pertinente estudarmos quais as consequências dessas limitações, as perdas financeiras que se pode gerar, a pouca exploração de mercado, baixa interação e estímulo ao consumo de conteúdos da empresa em diferentes meios. Ficam registradas aqui algumas reflexões que podem ser respondidas futuras produções.

Referências

ARAÚJO, M. A. **Convergência Jornalística: A produção de conteúdo no núcleo multiplataforma de esportes da Rede Paraíba de Comunicação**. 2015. 130 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2015.

BARBOSA, S.; SILVA, F.; NOGUEIRA, L. **Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma**. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano. Número 2. 139-162 Junho 2013.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo** / Laurence Bardin: tradução Luis Antero Reto. Augusto Pinheiro - São Paulo. Edições 70; 2016

FIRMINO, F. F. da. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 20 de set de 2013. UFBA. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011>. Acesso em 10 de fevereiro de 2022.

FOLHA. **Brasil confirma primeiro caso do novo coronavírus**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus.shtml>. Acesso em 07 de fevereiro de 2022.

GARSON, M. **O conceito de convergência e suas armadilhas**. Galáxia (São Paulo, online), ISSN 1982-2553, n. 40, jan-abr., 2019.

GLOBOPLAY. **JPB1, 07 de fevereiro**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/07-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

GLOBOPLAY. **JPB1, 08 de fevereiro**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/08-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

GLOBOPLAY. **JPB1, 09 de fevereiro**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/09-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

GLOBOPLAY. **JPB1, 10 de fevereiro**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/10-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

GLOBOPLAY. **JPB1, 11 de fevereiro**. Disponível em:
<https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/11-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

GLOBOPLAY. **JPB1, 12 de fevereiro**. Disponível em:
<https://globoplay.globo.com/jpb1/t/B8dZp9x1n6/data/12-02-2022/>. Acesso em 25 de fevereiro de 2022.

GORDON, R. **Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**. Rowman & Littlefield Publishers; Illustrated edição, 2003.

GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA. **João Azevêdo decreta situação de emergência e cria comitê gestor de crise**. Disponível em:
<https://paraiba.pb.gov.br/noticias/coronavirus-joao-azevedo-decreta-situacao-de-emergencia-e-cria-comite-gestor-de-crise>. Acesso em 15 de agosto de 2020.

GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA. **Paraíba confirma primeiro caso de coronavírus**. Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/paraiba-confirma-primeiro-caso-de-coronavirus>. Acesso em 07 de fevereiro de 2022.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009

JENKINS, H; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

MATTOS, S. **A Revolução Digital e os Desafios da Comunicação**. Cruz das Almas, Bahia: UFRB, 2013. Disponível em:
<https://www1.ufrb.edu.br/editora/component/phocadownload/category/2-e-books?download=15:a-revolucao-digital-e-os-desafios-da-comunicacao>. Acesso em 07 de fevereiro de 2022.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Brasil apresenta ações para enfrentamento do novo coronavírus**. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/brasil-apresenta-acoes-para-enfrentamento-do-novo-coronavirus>. Acesso em 07 de fevereiro de 2022.

RAMÍREZ, R. Post-Convergent Mediatization: Toward a Media Typology Beyond Web 2.0. **Mediatization Studies**, Lublin, v. 4, 2020. Disponível em:
<http://dx.doi.org/10.17951/ms.2020.4.9-23>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2022.

RASÊRA, M. **Convergência Jornalística: uma proposta de definição do termo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/r20-1377-1.pdf>. Acesso em 15 de fevereiro de 2022.

SERRANO, T.; SILVA, K. **Comunicação pública e imprensa: uma análise sobre a eficiência das medidas adotadas pelos governos da Paraíba e de Pernambuco na divulgação dos dados sobre a Covid-19**. Disponível em:

<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt1-tj/thaise-da-silva-carvalho-serrano.pdf>. Acesso em 02 de fevereiro de 2022.

SALAVERRÍA, R.; GARCIA, A.J.; MASIP, P.; **Concepto do Convergencia Periodística**. In: LÓPEZ G. X.; PEREIRA, F. X; Convergência Digital Reconfiguração de los Medios de Comunicación em España. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.