

## RELATO

### **SOBRE O FAZER TELEJORNALÍSTICO:**

### **DESAFIOS AOS PROFISSIONAIS NA ERA MULTITELA**

**Aline Maia<sup>1</sup>**

#### **RESUMO**

Neste relato de pesquisa, apresentamos algumas considerações sobre o “fazer telejornalístico” em tempos de produção e divulgação de informação audiovisual em múltiplas telas. A proposta é colocar em discussão o perfil profissional requerido na atualidade e como tal delineamento deve ser abordado desde a graduação.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Telejornalismo. Jornalismo audiovisual. Multitelas. Perfil profissional. Ensino.

#### **1 INTRODUÇÃO**

Há 70 anos, a TV chegava ao Brasil. Junto com a “caixinha mágica” que levou imagens em movimento junto com o som para dentro das casas, também vimos nascer o telejornalismo, que gradativamente se tornou meio referencial de informação para os cidadãos. Os telejornais suprem uma função pública no Brasil, país historicamente marcado pela desigualdade no acesso a bens de consumo e também a direitos essenciais como educação, saúde e segurança, como destaca Iluska Coutinho (2009). O sinal aberto de TV possibilita que os conteúdos desta mídia atinjam todas as classes sociais, indistintamente. Conforme a pesquisa TIC Domicílios 2019, com resultados divulgados em maio de 2020<sup>2</sup>, 95% dos lares contam com, pelo menos, um aparelho televisor.

Mas, da era caracterizada pela transmissão unilinear da TV, em seus primórdios, aos dias atuais, marcados pela hibridização com a internet, é fato

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela PUC-Rio. Professora e coordenadora de curso no Centro Universitário Estácio Juiz de Fora - MG. E-mail: [aline.maia@estacio.br](mailto:aline.maia@estacio.br) | [ninemaia@hotmail.com](mailto:ninemaia@hotmail.com)

<sup>2</sup> Pesquisa TIC Domicílios 2019: levantamento nacional sobre acesso a tecnologias da informação e comunicação, realizado pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação, vinculado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil. Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/tres-em-cada-quatro-brasileiros-ja-utilizam-a-internet-aponta-pesquisa-tic-domicilios-2019/>. Acesso em setembro 2020.



que o telejornalismo vem passando por mudanças que afetam linguagem, formato e narrativas. Diante do cenário midiático que vem se desenhando desde a década de 1990 - de maior rapidez e agilidade na propagação de conteúdos e a possibilidade de cidadãos comuns poderem expressar suas opiniões ao mesmo tempo em que se relacionam com outros indivíduos em um ambiente digital, compartilhando interesses nos mais variados campos -, a televisão perdeu o monopólio do som e da imagem em movimento na construção das narrativas jornalísticas. Sites, blogs e perfis em plataformas de compartilhamento de vídeo já se apropriam criativamente da linguagem audiovisual para atrair público.

Quando pensamos sobre o telejornalismo – nos moldes tradicionais que o concebemos –, não será difícil logo concluir que o sistema digital rompeu com o modelo de produção e distribuição da informação de “um para todos”. Consequentemente, tornou-se urgente atentar para a mudança de comportamentos até então sedimentados pelas mídias massivas. Um aspecto que de imediato se destaca é a multiplicidade de telas no cotidiano contemporâneo: dispositivos vários (em tamanho, capacidade de processamento, qualidade de imagem), muitas vezes portáteis e que por isso passaram a acompanhar os sujeitos em suas tarefas diárias, deixando para trás, por exemplo, a hora agendada na sala de casa para acompanhar as principais notícias do Brasil e do mundo.

Com motivação neste contexto, desde fevereiro de 2020 nos dedicamos a uma pesquisa (segue em andamento<sup>3</sup>) que tem como pano de fundo o cenário ora experimentado de convergência midiática (JENKINS, 2008), caracterizado por uma mudança substancial dos paradigmas da comunicação. No jornalismo, chamam nossa atenção distintas formas de apresentação e compartilhamento de informações por meio da Internet. Neste panorama, como se comportam jornais tradicionais de TV? E que iniciativas têm surgido no próprio campo da web como propostas de informação em áudio e vídeo?

A partir de revisão bibliográfica, resgatamos um breve histórico do telejornalismo, situando os desafios de tal gênero nos dias atuais de produção e

<sup>3</sup> Investigação subsidiada pelo programa Pesquisa Produtividade 2020-2021, do Centro Universitário Estácio Juiz de Fora.



consumo de informação audiovisual para além da tela da TV. Em seguida, iniciamos pesquisa exploratória e análise de conteúdos de jornalismo audiovisual exibidos em TV aberta e na Internet, a fim de identificar semelhanças e particularidades. Tomamos como corpus: Jornal Nacional (TV Globo), Jornal da Record (TV Record), TV Folha, My News e Nexo Jornal (Youtube).

Dentre distintos aspectos em observação e reflexão em nosso estudo, destacamos neste relato de pesquisa aquele que diz respeito ao “fazer telejornalístico”, uma vez que os conteúdos audiovisuais analisados na TV aberta e na Internet têm nos feito pensar sobre os desafios aos profissionais da informação na era de múltiplas telas. Ora, abordar aspectos inerentes ao mercado de trabalho hodierno significa, também, contemplar questões relativas ao ensino de (tele)jornalismo – ou de jornalismo audiovisual – na atualidade. Que requisitos são solicitados aos profissionais hoje? Como trabalhá-los em sala de aula?

## **2 CONTEXTUALIZANDO O “FAZER TELEJORNALÍSTICO” NA ERA DE MÚLTIPLAS TELAS**

Nos últimos anos, vemos a internet crescer como um meio contemporâneo de comunicação que dialoga, converge e influencia outras mídias, antes vistas como concorrentes. A pesquisa TIC Domicílios 2019 revelou a existência de 134 milhões de usuários de Internet no Brasil, o que representa 74% da população com 10 anos ou mais. O levantamento expõe que mais da metade da população vivendo em áreas rurais declarou ser usuária de internet (53%). Nas áreas urbanas, o percentual é de 77%. Outro ponto revelador é que o celular é o principal dispositivo para acessar a Internet, usado pela quase totalidade dos usuários: 99%. Também houve um crescimento no uso da rede pela televisão (37%): aumento de sete pontos percentuais em relação a 2018. Mesmo ressaltando os tipos de uso da internet<sup>4</sup>, fica evidente (e comprovada

<sup>4</sup> Conforme reportagem publicada pela Agência Brasil sobre os resultados da TIC Domicílios 2019, “na avaliação do gerente do Cetic.br, Alexandre Barbosa, os dados da pesquisa evidenciam que “embora o acesso esteja aumentando, o uso mais sofisticado ainda está na mão de pessoas de classe, renda e escolaridades mais altas”, uma vez que diversos



em números) a necessidade imperativa de estudiosos e profissionais do mercado jornalístico articularem os desafios da produção e divulgação da informação audiovisual, hoje, em diferentes telas. A reportagem antes exibida apenas pelo aparelho no centro da sala, com dia e hora marcados, está cada vez mais disponível na palma da mão, ofertada por múltiplos produtores (e não mais apenas pela fonte única) para acesso em qualquer momento.

Assim, há de se pensar um novo estado da arte do “fazer telejornalístico” (tal qual o conhecíamos *para e na* televisão) frente ao fato de que a própria TV contemporânea, como afirma Melissa Ribeiro (2020), deve ser entendida como um novo modelo, uma vez confrontada com aquilo que ela já não é mais (ou já não é mais somente).

A segmentação, a fragmentação e o uso individualizado dos dispositivos, por exemplo, não são uma experiência inédita trazida pelos meios digitais, mas se originaram na era da disponibilidade e apenas se intensificaram com a chegada das tecnologias digitais de comunicação. (...) Com a digitalização os conteúdos televisivos desdobraram-se em múltiplas plataformas e puderam ser visualizados, armazenados compartilhados e editados em computadores, *smartphones* e *tablets* para serem assistidos no momento que o telespectador decidir. A televisão expandiu-se para várias outras telas (RIBEIRO, 2020, p.36).

Deste modo, que competências e habilidades são requisitadas ao profissional que vai lidar com a informação audiovisual? Das respostas a esta indagação, o que deve partir, ser pensado, repensado desde os cursos de jornalismo no que diz respeito à formação do jornalista?

Em artigo publicado em 2014, no Observatório da Imprensa, Paulo Roberto Junior já indagava sobre como seria o jornalismo dali a 5 anos. Eis que estamos no futuro vislumbrado por Roberto Jr., ainda em busca de respostas. Em seu texto, o jornalista apresenta ponderações de profissionais acerca da formação e perfil de jornalistas recém-formados. Um exemplo vem do então editor-executivo do programa Profissão Repórter, da TV Globo, Caio Cavechini:

---

usos (como consumo de serviços de *streaming*, cursos *online* e governo eletrônico) são mais comuns entre mais ricos e com maior instrução formal do que em outros segmentos. Por essa situação, Barbosa defende a necessidade de se preocupar “com o desenvolvimento de habilidades digitais para todo mundo, considerando que serão exigidas competências que não temos hoje” acerca dessas tecnologias digitais.” Cf.: “Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa” Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em outubro/2020.



JORNALISMO



A gente está cansado de receber DVDs de candidatos a uma vaga no programa, estudantes de jornalismo, gente que está sem emprego. E qual é o formato que eles mandam pra gente? O mesmo formato de todos os telejornais diários. Mandam para o Profissão Repórter, sabendo que é um programa que exige outra forma. Em vez de os estudantes estarem na faculdade pensando em novas maneiras de fazer, agindo livremente, eles enviam uma repetição do que veem. E estando na faculdade, que é exatamente um espaço feito para você repensar as formas de trabalho.<sup>5</sup>

Diante das transformações do mercado, professores de jornalismo também estão cientes da necessária atenção para tendências e perspectivas do cenário profissional. Mas, há impasses, como já pontuaram Elias Machado e Marcos Palacios (2007):

Se por um lado existe, entre os agentes envolvidos na formação dos futuros profissionais, uma crescente percepção de que os estudantes devem ter uma formação que atenda as novas demandas geradas pelos processos de digitalização da informação, por outro lado, persistem posições divergentes em pontos como por exemplo, que tipo de impacto tais processos provocarão na formação e ate mesmo na continuidade das profissões do campo da comunicação (MACHADO, PALACIOS, 2007, p.61-62).

Eis a reflexão que nos motiva neste relato.

A observação de telejornais tradicionais de TV, bem como o acompanhamento de produções exclusivas para internet, vem dizendo-nos muito sobre tendências e perspectivas da informação jornalística em áudio e vídeo. Observamos, na atualidade, que os principais canais de televisão no Brasil têm buscado na web mais espaço para divulgar seus conteúdos e chamar a atenção para a sua grade de programação tradicional. Empenham-se, em rede aberta de TV, em estratégias para envolver e atrair quem tem se direcionado para redes sociais digitais, por exemplo, em busca de informação e entretenimento.

Por sua trajetória de mais de cinco décadas, o telejornalismo tem bem consolidada sua forma de produção, redação e edição. Ainda que adequações de linguagem e conteúdo acompanhem linha editorial do veículo e público-alvo, há

<sup>5</sup> Cf.: Como será o jornalismo audiovisual daqui a cinco anos? Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/ed829/como-sera-o-jornalismo-audiovisual-daqui-a-cinco-anos/> Ultimo acesso em setembro2020.



JORNALISMO



um consenso entre telejornalistas no que diz respeito a regras gerais/básicas de como escrever, se posicionar para a câmera, falar para o público, editar. Há uma gama de manuais, adotados desde as disciplinas e atividades práticas nos cursos de Jornalismo, que dão conta de preconizar as linhas-guias para tal conteúdo em áudio e vídeo.

Para além das telas da TV tradicional, iniciativas pioneiras, nascidas no universo da web, buscam ocupar o espaço até então restrito às emissoras de televisão, ou seja, este espaço da produção e circulação de conteúdos audiovisuais. No campo nativo da web, observamos que há maior abertura para a experimentação de formatos e linguagens, mas de alguma forma conduzida por “regras” que vêm do campo tradicional do telejornalismo.

Enquanto profissionais no mercado buscam os caminhos do “como fazer” telejornalismo hoje, ressalta-se a mesma perspectiva nos bancos das faculdades: “como e o que” ensinar sobre telejornalismo hoje.

### 3 CONSIDERAÇÕES

Desde os primórdios do telejornalismo, testemunhamos a história social, política e econômica do Brasil (e do mundo) contada, por inteiro ou com conveniente seleção, pelos telejornais: um relato ordenado, com o/a jornalista lendo as notícias na tela, com imagens justapostas, bem editadas. Uma reportagem após a outra, em um encadeamento, de certo modo, previsível, conforme o telejornal escolhido.

A história recente ainda segue passando pela tela na contemporaneidade. A questão central – e que sublinhamos em nossa discussão – é que agora lidamos com telas, no plural, e não mais aquela solitária que reinava nas casas, por assim dizer. Este peculiar cenário – de telas grandes e pequenas em distintos cantos da casa, no carro, na rua, na palma da mão de cada indivíduo – seria uma das justificativas para mudanças de estratégias adotadas por muitos telejornais na captura do receptor, o telespectador. Além da TV aberta, o conteúdo jornalístico em áudio e vídeo também está disponível nestas outras



JORNALISMO





JORNALISMO



telas, propondo novos formatos e desafiando profissionais que já estão no mercado e também aqueles que ainda ingressarão.

Temos ciência de que o debate que propomos está apenas no início, e pretendemos, mesmo, aprofundar na temática. Por hora, deixamos como norte aquilo que parece estar estabelecido e deve conduzir ações de professores, pesquisadores e profissionais do mercado (tele)jornalístico: 1) os telejornais estendem seu conteúdo para múltiplas plataformas, de sites próprios às redes sociais; 2) a linguagem do futuro é conhecida por todas as redes de televisão e produtores de conteúdo na web: é digital, multimídia, com prevalência de vídeos, interativa; 3) desafio: mobilizar e articular recursos tecnológicos para prender a atenção da audiência. Assim, por fim, deixamos uma provocação: em tempos de consumo multitela, como inovar o “estado da arte” de informar? E de ensinar a informar? Para além do tipo de tela, compreendemos que a finalidade do telejornalismo (ou do jornalismo audiovisual, se preferirem) ainda reside, conforme Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008), na oferta de informação para auxiliar os indivíduos a entenderem o mundo – como lugar de referência.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Melissa. R. de. **TV Social: o telespectador como protagonista na televisão em múltiplas telas**. Curitiba: Appris, 2020.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva.. Telejornalismo como serviço público no Brasil: reflexões sobre o exercício do direito à comunicação no Jornal Nacional / TV Globo. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **40 anos de telejornalismo em rede nacional: Olhares críticos**. Florianópolis: Insular, 2009. p. 65-79.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MACHADO, Elias. PALACIOS, Marcos. Competências digitais dos profissionais de Comunicação: confrontando demandas de mercado e experiências pedagógicas. In: \_\_\_\_\_. (orgs.). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: metodologias & software**. Salvador: EDUFBA, 2007.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008. p.11-28.



JORNALISMO

