

Comunicação Científica

COMO É POSSÍVEL AS UNIVERSIDADES ACOMPANHAREM AS INOVAÇÕES NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO?

Thiago Pedro Malkowski¹

RESUMO

Este artigo faz parte de uma pesquisa desenvolvida a nível de mestrado e, a partir de observação participante em um telejornal universitário e um telejornal comercial, busca apresentar propostas de atividades que promovam o aprendizado do fazer telejornalismo visto o contexto atual das inovações tecnológicas e não tecnológicas realizadas no telejornalismo brasileiro. Parte-se do pressuposto que as inovações estão ocorrendo de forma cada vez mais acelerada e que as universidades necessitam ampliar as possibilidades de ensino para que os futuros jornalistas cheguem ao mercado de trabalho com amplo conhecimento prático e teórico dos processos de produção de imagens que são alterados constantemente por consequência das inovações.

PALAVRAS-CHAVE

Telejornalismo. Inovação. Ensino. Produção. Imagem.

A INOVAÇÃO

Os conceitos de inovação são inúmeros, muitos pesquisadores e estudiosos se debruçam sobre o tema para encontrar uma definição precisa e cabível à todas as áreas do conhecimento, porém as tentativas resultam em definições e conceitos particulares para cada área ou situação. Para a doutora em economia, Sônia Dalcomuni (2015), a inovação depende de invenções através de pessoas com criatividade e oportunidades dadas por instituições que tornem, economicamente, possível o seu sucesso mercadológico e sua aceitação social. O cientista político Giovanni Dosi (1988) afirma que inovação é um conhecimento e precisa avançar de maneira evolutiva, pois assim a empresa aumenta a competitividade perante seus concorrentes. Já na área da comunicação, podemos

¹ Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Estácio de Sá de Santa Catarina. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Membro do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele) e membro do Centro de Estudos e Pesquisa em Jornalismo (CEPEJor). E-mail: thiagomalkowski@gmail.com

citar Tourinho (2009) que traz o conceito de inovação mais ligado aos processos produtivos da informação em consequência das novas tecnologias. Dessa forma, a inovação concerne um recurso que combinado a outros recursos, ainda não foi praticado, aplicado. De modo geral, todos os autores reconhecem que a inovação não é o mesmo que invenção, mas sim, um processo de transformação e quebra de paradigmas já existentes e intrinsecamente ligada à cultura ou contexto social, político e econômico em determinado ambiente.

Neste trabalho nos apropriaremos da definição de inovação utilizada por Elias Machado ao definir inovação no jornalismo como sendo:

toda a mudança nas técnicas, tecnologias, processos, linguagens, formatos, equipes, dispositivos e aplicações, valores ou modelos de negócios destinados a dinamizar e potencializar a produção e consumo das informações jornalísticas (MACHADO, 2010, p. 67).

Nos últimos anos vivenciamos transformações tecnológicas que ocorrem de maneira ininterrupta e em velocidade acelerada, por vezes parecendo estar sob progressão geométrica². As novidades vindas de todas as áreas da sociedade, como na informática, na medicina, na robótica e principalmente na comunicação nos são apresentadas com tamanha frequência que já não há mais estupefação quando entramos em contato com elas. Da mesma maneira, o conceito de inovação talvez nunca esteve tão presente em nossas vidas quanto na última década, pelo menos não nesta quantidade que nos é apresentada. Novo, tudo é novo. Incessantemente novo.

Leopoldseder (1999, p. 68), ao apresentar os reflexos causados pela utilização do computador na cultura e na sociedade, já expressava que “desenvolvimentos técnicos sempre ocorreram. O que é novo agora é a rápida sucessão de seus saltos quânticos³”. As mudanças conseqüentes de inúmeras inovações no telejornalismo estão ocorrendo de maneira a acelerar as mutações

² Dizemos que uma sequência numérica constitui uma progressão geométrica quando, a partir do 2º termo, o quociente entre um elemento e seu antecessor for sempre igual.

³ Texto original: *New technical developments have taken place at all times; what is really new is the rapid succession of these quantum leaps.*

que ocorrem nos processos de produção da informação, sobretudo na produção de imagens. Além do mais, o mundo parece ser novo e as tecnologias digitais estão aqui para afirmar isso.

O FATOR TEMPO

A maior das inovações ligadas às tecnologias digitais é a quebra de paradigmas ligados ao fator tempo. O passado nunca esteve tão longe e tão perto ao mesmo tempo, assim como o futuro. O que era passado no século XVIII? Antes da invenção do telégrafo, por exemplo, com certeza o passado e o futuro tinham tempos diferentes do que vivemos, ou pareciam ter. Há quem arrisque dizer, e não está errado, que o telégrafo, um sistema que foi criado nos Estados Unidos para realizar transmissão de mensagens de um ponto a outro do país, em grandes distâncias, através de códigos, foi a maior inovação da história. É fácil aceitar essa hipótese quando se tem em mente que naquela época as mensagens eram transmitidas através de cartas e estas eram transportadas por cavaleiros que percorriam centenas de quilômetros durante meses. Muitas destas cartas eram extraviadas devido às mais variadas condições climáticas e de transporte. Por sorte chegavam ao seu destino final em dois ou três meses depois da data de seu envio.

Para uma reflexão mais ampla, é necessário imaginar como esse *delay*⁴ existente entre o envio e o recebimento da mensagem interferia em decisões políticas e econômicas da época. Mais do que um avanço na comunicação, o telégrafo foi um marco nessas áreas da sociedade. "Através do telégrafo, as estradas da cultura e as estradas do comércio entrecruzaram-se. Por via dos processos que desencadeou nos domínios simbólico e económico, a introdução do telégrafo articulou-se também com a emergência de novas estruturas sociais, culturais e políticas" (SUBTIL, 2014, p. 29).

Sua criação estimulou novas leis, algumas teorias da economia, organizações políticas, técnicas de gestão, estruturas organizacionais e sensores

⁴ *Delay* significa atraso ou demora no idioma inglês.

científicos que colocaram em desenvolvimento uma grande empresa privada que monopolizou o serviço na época (CAREY, 2009). Além disso, o telégrafo oportunizou mudanças na linguagem, do conhecimento comum e das “estruturas da consciência” (Idem, p. 156). O telégrafo rompeu o tempo, encurtou distâncias, quebrou paradigmas, alterou processos, fez ser necessário a criação de novos métodos e técnicas, ampliou campos de pesquisa, inovou. Mas, diversas outras inovações ocorrem todos os dias em todos os setores da sociedade e muitas vezes não são identificadas com tanta facilidade.

Para Carlos Tourinho (2009, p. 37), “inovar também é superar a trava que prende à rotina”. Nesse sentido, o autor apresenta a inovação ligada a momentos de mutações sucessivas e dissemelhantes de processos já existentes. Alguns estudos que contemplam a inovação como tema, mostram que não é preciso ser um gênio, muito menos ter nascido dotado de divina inspiração para inovar (TOURINHO, 2009; 2010; KOULOPOULOS, 2011; CANAVILHAS, 2015; JOHNSON, 1980). A inovação é uma possibilidade que está acessível a todos, mesmo que não sejam considerados inovadores, qualquer pessoa tem capacidade para inovar e muitas vezes inovam sem a intenção de inovar. Koulopolos (2011) afirma que é possível, inclusive, ensinar inovação a alguém através de regras básicas na qual ele mesmo apresenta em sua obra, mas que tornar uma pessoa inovadora é tarefa impraticável. Para o autor, ser inovador é uma personalidade e inovar é uma ação.

Quando tratamos de inovações, faz-se necessário o contexto histórico, cultural e geográfico na qual estas e os agentes participantes estão inseridos. Uma das principais características de uma inovação não é a criação de instrumentos, equipamentos, produtos, recursos e ferramentas, mas no poder que ela tem em alterar comportamentos (KENSKY, 2007). As inovações não necessariamente extinguem certas atividades, rotinas, práticas, produções e comportamentos, e nem sempre quebram paradigmas, mas promovem alterações no que até então era praticado. Toda a inovação, para ser considerada como tal, deve alterar um procedimento padrão estabelecido anteriormente por uma ou mais pessoas durante um determinado processo.

Inovações, sobretudo no jornalismo, podem com extrema eficiência alterar o modo de pensar de continentes inteiros, assim como oportunizar o surgimento de novos ambientes socioculturais (idem, p. 13), visto a capacidade que a atividade jornalística possui devido a comunicação de massa. Santaella (2003) diz que a novidade dos fenômenos não é o que mais impressiona, mas “o ritmo acelerado das mudanças tecnológicas e os consequentes impactos psíquicos, culturais, científicos e educacionais que elas provocam” (Idem, p. 18).

Assim como as mutações consequentes de inovações beneficiam a transmissão de conhecimento em diferentes momentos durante a formação de jornalistas, elas também podem dificultar o ensino e o aprendizado, principalmente dos métodos e técnicas utilizadas durante os processos de produção de informações. O que nos interessa saber através desta pesquisa é se há a possibilidade de oportunizar aos alunos de telejornalismo as mesmas práticas que são realizadas no telejornalismo comercial, tendo em vista que os processos sofrem mutações constantes por causa das inovações cada vez mais aceleradas deste setor.

INOVAÇÃO NO TELEJORNALISMO

Com o objetivo de limitar a abstração do objeto empírico analisado, neste trabalho utilizamos o conceito de telejornal proposto pelos pesquisadores Antônio Brasil e Cárilda Emerim (2011):

(...) um programa que reúne uma seleção de notícias organizadas em blocos por temas, geralmente exibido com horário, cenários e apresentadores fixos. (...) que reúne notícias que tenham repercussão e abrangência para um público eclético cujas temáticas selecionadas têm o objetivo de resumir os principais fatos e acontecimentos das últimas horas. (BRASIL; EMERIM, 2011, p. 03)

Estudos mostram que as inovações realizadas no telejornalismo na qual o resultado é visual, são mais factíveis de serem percebidas (BRASIL, 2011; TOURINHO, 2009). Isso ocorre, pois o ser humano tem uma percepção visual mais eficiente que as outras percepções, como a auditiva ou tátil, por exemplo.

Cientistas afirmam que 90% das informações que retemos vêm através dos nossos olhos (HYERLE, 2009). Além disso, levamos apenas 1/4 de segundo para que nosso cérebro processe e dê significado a um símbolo (THORPE, 1996). Ora, se estudos mostram que o ser humano percebe as inovações com mais facilidade através da visão, se o telejornal é essencialmente visual e nosso cérebro promove com extrema rapidez alterações cognoscíveis relativas a imagens, é possível perceber o quanto um telejornal pode ser um objeto empírico eficiente em pesquisas que tratam a influência das inovações no ensino e na prática do telejornalismo.

Tourinho (2009), para uma melhor análise do tema, diferencia a inovação em dois tipos: inovações tecnológicas e inovações não tecnológicas. As inovações tecnológicas seriam as ligadas à equipamentos como câmeras, satélites, computadores, microfones, etc. Já as inovações não tecnológicas correspondem à criatividade, inteligência e aos processos. As inovações podem ocorrer apenas em um tipo, ou seja, serem apenas tecnológicas ou somente não tecnológicas. Porém, o mais comum é que ela ocorra em ambos os sentidos: a tecnologia influenciando o processo ou o processo influenciando a tecnologia. Isso significa que quando a inovação se dá através de um novo equipamento lançado e que começa a ser utilizado em um telejornal, por exemplo, um novo processo de produção das informações é criado e por consequência, a rotina dos jornalistas é alterada. Desta maneira, altera-se a forma de captação das imagens, ampliam-se as possibilidades de tratamento ou edição delas, o modo de exposição e a qualidade técnica do produto final. Além disso, ocorrem transformações significativas no tempo e espaço na qual esses processos acontecem.

Em sentido contrário, muitas vezes as inovações não tecnológicas, ligadas à criatividade e aos processos, despertam a necessidade de produzir novos equipamentos para que seja possível a realização das mesmas. Dessa maneira, cria-se um ciclo de inovações na qual altera-se não só o produto final, mas, no caso das imagens, todo processo econômico e industrial voltado para a criação de novas tecnologias para atender a uma nova demanda de equipamentos.

Muitas das inovações no jornalismo surgem em "ambientes de mesmices e saturação" (Idem, p. 164) e dão origem às novas trajetórias tecnológicas. É no processo de digitalização das imagens que a inovação tem alterado com maior predomínio a rotina de produção dos jornalistas de telejornal, na última década. Assim como a maioria das inovações tecnológicas alteram processos, a digitalização das imagens também altera o modo de produzi-las. Hoje, diferente das imagens que eram visualizadas através dos 200 aparelhos de TV contrabandeados por Assis Chateaubriand em 1951, as imagens têm qualidade HD (*High Definition* ou alta definição, em português). Isso significa que a captação delas é feita em alta resolução e digitalmente, a edição é realizada de modo não-linear, possibilitando o tratamento das imagens (alteração e ajustes de cor, modificações no enquadramento, recorte/colagem, animação e todos os recursos que um software especializado permite). Além disso, a transmissão tem a possibilidade de ser digital e a exposição ou recepção do produto final é de altíssima qualidade e com diferentes possibilidades de visualização. A televisão não é mais exclusividade da TV, a televisão também está em tudo que tenha acesso à internet e essa inovação altera por completo a realidade do telejornalismo e principalmente a rotina dos jornalistas que atuam nele. É preciso pensar para onde vão as imagens antes de produzi-las.

A NECESSIDADE DE UM ENSINO PRÁTICO E EXPERIMENTAL

Todas essas alterações no telejornalismo, consequentes das inovações tecnológicas, têm alertado pesquisadores e docentes para a necessidade de uma renovação no ensino dos novos jornalistas e o avanço em pesquisas empíricas e aplicadas. A velocidade com que ocorrem as alterações no processo de produção de imagens, identificada durante a pesquisa, faz-nos defender que a prática, através de telejornais laboratórios que oportunizem o máximo de verosimilhança possível com a realidade profissional dos telejornalistas, apoiada em exercícios

de previsões, segundo o conceito de Philip Tetlock (2016)⁵, é talvez o mais eficiente método pedagógico atual em tempos de mutações no telejornalismo.

A cada dia surge um novo método, uma nova proposta, um novo equipamento, uma nova tecnologia e com isso novas possibilidades de se produzir telejornalismo e é justamente nesta questão em relação ao ensino que nossa posição se justifica.

É possível observar que, atualmente, os processos de produção de imagem no telejornalismo pouco são influenciados pela academia. As empresas telejornalísticas são as principais responsáveis por determinar como se dá o atual processo no telejornalismo. Além disso, em relação ao telejornalismo local, pode-se afirmar que há uma cultura de importação de inovações oriundas de grandes emissoras nacionais de TV, que por sua vez, importam culturas de outros países.

Ao invés de desenvolver novos produtos e serviços, justificar a compra de novas ideias que já foram transformadas em negócios bem sucedidos é mais fácil para as organizações, segundo Koulopoulos (2011), mesmo que no final de tudo, o preço seja mais alto. Quanto maior o destaque das empresas no mercado e o sucesso que elas encontram, menor é a chance da inovação acontecer, pois a inovação está intrinsecamente ligada à crise e correr riscos.

Levantamos neste trabalho a hipótese de que a harmonia dos movimentos efetuados pela academia e pelo jornalismo profissional pode ser aperfeiçoada quando juntos, universidades e empresas, desenvolverem projetos prático-laboratoriais que objetivem a criação e a experimentação de novos métodos, técnicas, produtos, equipamentos e funções específicas do telejornalismo, tendo como sustentação as observações realizadas por grupos interdisciplinares de pesquisadores que objetivem indicar através de previsões as futuras mutações do telejornalismo. Para tanto, devido à complexidade, pretende-se testar esta hipótese em uma futura tese.

⁵ Para Tetlock, existem técnicas que auxiliam a indicar possibilidades de que algo irá acontecer no futuro. Por meio da racionalidade do pensamento, da observação em diferentes perspectivas do passado e do presente e da criação de grupos interdisciplinares é possível realizar exercícios de previsão, segundo o autor.

Desta maneira, as experimentações podem ser realizadas e testadas dentro dos centros de pesquisa antes de irem para o mercado de trabalho, reduzindo de certa forma os riscos que a inovação possui, pois “as barreiras à entrada nesse campo sempre incluíram extensos recursos de pesquisa e desenvolvimento e a capacidade de absorver perdas e os riscos inerentes às experiências” (KOULOPOULOS, 2011, p.7). Teremos assim possibilidade de bons resultados tanto para o ensino do telejornalismo quanto para as empresas.

É possível criar, experimentar, mensurar resultados e exportar, ou pelo menos sugerir, inovações aos grandes mercados da comunicação e, assim, reduzir cada vez mais o número de importações, ou cópias, de produtos e processos realizados muitas vezes em culturas, economias e geolocalizações completamente diferente das nossas. Com ações desta natureza, estaremos não só contribuindo para um avanço econômico, mas educacional do telejornalismo.

Outra solução que apresentamos já é realizada pela Universidade Federal de Santa Catarina que desde 2012 possui um telejornal, diário, 100% produzido por alunos da graduação em Jornalismo e transmitido ao vivo, de segunda à sexta-feira, via *streaming* pelo Youtube. Sem ligação com empresas privadas, esta alternativa tem como objetivo formar profissionais com espírito crítico e criativo, porém com responsabilidade e ética através de uma prática de extensão. O TJUFSC, Telejornal Universitário da Universidade Federal de Santa Catarina, possibilita aos alunos o ganho de experiências antes mesmo de entrarem no mercado de trabalho. De cunho laboratorial, o telejornal oportuniza o aprendizado de técnicas de produção audiovisual, reportagem, edição e transmissão via internet, na mesma velocidade que as novas tecnologias e inovações do mercado de trabalho avançam, pois trata-se de um jornal de verdade, com assuntos de verdade, produzido por alunos com o auxílio de equipamentos digitais, ou seja, salva as limitações financeiras, da mesma categoria que os equipamentos utilizados pelas empresas telejornalísticas que atuam no mercado. Essa prática oportuniza aos alunos não só a vivência telejornalística, nem tampouco a rotina de produção, mas o conhecimento de

novas tecnologias e equipamentos que eles irão se deparar ao entrar no telejornalismo profissional.

Este tipo de projeto, por si só, já é uma inovação (ser um telejornal diário, produzido 100% por alunos, e com transmissão ao vivo) e pode ser replicado por outras instituições de ensino que pretendam maximizar o aprendizado de seus graduandos em jornalismo, sem grandes custos. Este modelo apresentado pela UFSC pode ser facilmente adaptado a instituições com orçamentos mais modestos através de equipamentos mais simples, como câmeras fotográficas digitais encontradas facilmente no mercado ou *webcam's* e microfones de qualidade e valor inferior. O importante é oportunizar a prática jornalística de maneira imersiva. Desta forma, prática com auxílio teórico, possivelmente teremos profissionais melhores capacitados para exercerem funções no telejornalismo que o mercado de trabalho demanda. Aumentando não só a qualidade das produções televisivas, como também a qualidade no ensino do jornalismo.

Uma terceira solução, bastante modesta mas não menos inovadora, surge do exemplo de uma escola estadual de Cuiabá (MT), Souza Bandeira. O Canal de Ideias, projeto criado pela professora de português e matemática Ideilma Saraiva Silva, é um projeto onde crianças e adolescentes do quarto ao nono ano constroem câmeras de vídeo, microfones e equipamentos de iluminação com materiais recicláveis. Os equipamentos não têm funcionamento e não passam de brinquedos, mas brinquedos que auxiliam no aprendizado dos alunos. As rotinas produtivas do telejornalismo são ensinadas aos participantes do projeto que realizam reuniões de pauta, saídas à campo, entrevistas com professores e colegas, redação de textos e simulação de captação de imagens. O objetivo neste caso é oportunizar um melhor aprendizado da gramática e fala dos estudantes de modo prático, atrativo e divertido. Aqui tratamos de um exemplo distante da realidade acadêmica e do mercado de trabalho, mas que serve de inspiração para novos projetos que não possuem grandes recursos financeiros e mostra que, mesmo sem o auxílio da tecnologia, é possível inovar e tornar o ensino do telejornalismo inovador, sobretudo o ensino dos processos produtivas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Projetos de extensão que priorizem a prática telejornalística podem ser ferramentas de grande potencial para as empresas privadas através de parcerias estabelecidas com universidades. "A relação menos preconceituosa e dogmática entre academia e mercado só teria a fortalecer ambos, privilegiando a sociedade, o receptor final de todo este processo" (BRASIL, 2012. p.4). Através das parcerias, estudos empíricos e etnográficos poderiam ser desenvolvidos a fim de obter resultados que auxiliem, por exemplo, parâmetros para a contratação de profissionais, possibilitando a criação de critérios de contratação para as empresas em trabalho conjunto com os professores (BRASIL, 2012). Estes, por estarem inseridos nos projetos, têm maior capacidade de avaliação dos alunos e de uma melhor observação sob as demandas de pessoal existentes no mercado de trabalho. Da mesma forma, as universidades poderiam potencializar o ensino de tal forma que seria possível formar mais profissionais e de maior qualidade. Assim, teríamos a oportunidade de melhorar a qualidade não só do ensino, mas do telejornalismo.

O processo de produção do telejornalismo está em transformação e entendemos que cabe à academia adaptar-se a nova realidade que é criada e recriada a cada dia por consequência das inovações. Neste artigo apresentamos algumas propostas de atividades que já estão em prática e que acreditamos ser possibilidades de ampliar a qualidade do ensino em telejornalismo e inovar de dentro para fora. Ou seja, as universidades, por maiores que sejam suas limitações físicas e financeiras, podem ser referências para empresas privadas em relação a inovações e dessa forma, aumentar a qualidade do telejornalismo e do ensino.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Antonio; EMERIM, Cárlica. Por um modelo de análise para os telejornais universitários. **Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teórico metodológicos**, 2011.



_____, Antonio. **Telejornalismo imaginário:** Memórias, estudos e reflexões sobre o papel da imagem nos noticiários de TV. Florianópolis: Insular, 2012.

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. (Orgs.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis:** produção, distribuição e consumo. Covilhã: Livros LabCom, 2015.

CAREY, James W. **Communication as culture:** essays on media and society. New York: Routledge, 2009.

DALCOMUNI, Sônia Maria. **Nanotecnologia, inovação e economia:** interpelações fundamentais para o desenvolvimento sustentável. Texto elaborado para apresentação no IV seminário internacional "Nanotecnologia, Sociedade e Meio Ambiente", São Paulo. Mimeo, 2005.

DOSI, G. The nature of the innovative process. In:_____. **Technical change and economic theory.** London: Printer Publish, 1988.

HYERLE, D. Thinking Maps: Visual Tools for Activating Habits of Mind. In: COSTA, Arthur L. KALLICK, Bena. **Learning and leading with habite of mind:** 16 essential characteristics for sucess. Alexandria: Association for Supervision and Corriculum Development, 2009. p. 149-174.

JOHNSON, Mark; George Lakoff. **Metaphors we live by.** Chicago: University of Chicago Press, 1980. 276 p.

KOULOPOULOS, Thomas. **Inovação com resultado:** o olhar além do óbvio. São Paulo: Editora Gente/Editora SECAC São Paulo, 2011.

LEOPOLDSEDER, Hannes. **Ten indications of an emerging computer culture.** In: DRUCKREY, T (edi.) **Ars Eletronica:** Facing the future. A survey os two decades. Cambridge. Mit Press. 1999.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura; São Paulo: Paulus, 2003.

SUBTIL, Filipa. Tecnologia, economia e política: o telégrafo como antecessor da Internet. **Estudos em Comunicação,** Lisboa, v.15, Esp. p.25-40, Maio de 2014.

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. **Inovação no Telejornalismo:** O que você vai ver a seguir. Vitória: EspaçoLivros, 2009. 306p.